



SAVONIA

Perhematkailun kehittäminen Kuopion alueella matkailupuiston avulla

Matkailu- ja ravitsemisalan yritykset tutkimusryhmänä

Eriika Salminen

Opinnäytetyö

_____. _____. _____

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Eriika Salminen	
Työn nimi Perhematkailun kehittäminen Kuopion alueella matkailupuiston avulla: matkailu- ja ravitsemisalan yritykset tutkimusryhmänä	
Päiväys 15.12.2011	Sivumäärä/Liitteet 41/1
Ohjaaja(t) Jorma Korhonen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Kuopion Matkailupalvelu Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Kuopiossa toimivia matkailu- ja ravitsemisalan yrityksiä ja kertoa niissä toimivien ihmisten ajatuksia alueen perhematkailusta. Tarkoituksena oli tällä tavalla saada tietää perhematkailun nykytilanne ja keksiä keinoja miten sitä voitaisiin kehittää. Samalla tutkittiin myös yritysten ajatuksia alueelle suunnitellusta perhematkailupuistosta, jonka avulla matkailua on suunniteltu kehitettävän. Tutkimus on tehty Kuopion Matkailupalvelu Oy:n hyödynnettäväksi perhematkailukeskuksen suunnittelussa ja muussa perhematkailun kehittämisessä.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta, kvalitatiivisesta tutkimuksesta ja tulosten analysoimisesta. Teoreettisessa osiossa on käytetty lähteinä matkailua, matkailun kehitystä ja perhematkailun tilannetta Suomessa käsittelevää kirjallisuutta, verkkolehtiä, -julkaisuja ja -kirjoja. Työn empiirinen osuus koostuu syksyn 2011 aikana haastatteluiden kautta kerätyistä tiedoista. Tutkimuksessa kohdejoukkona olivat Kuopiossa toimivien matkailualan yritysten edustajat, jotka valittiin tarkoituksenmukaisesti. Liitteenä löytyy haastatteluissa käytetty puolistrukturoitu kysymyslista.</p> <p>Tutkimuksen pohjalta saatiin paljon tietoa, mitä mieltä paikalliset yritykset ovat alueen perhematkailun tilanteesta ja miten sitä haluttaisiin kehittää. Tutkimuksen kautta saatiin myös tietoa, mitä yritysten edustajat toivovat ja haluavat matkailupuistolta, sekä alan ihmisinä että paikallisina asukaina. Haastatteluiden perusteella tärkeimmäksi asiaksi perhematkailun kehittämisessä nousi kaikkien ikäryhmien huomioon ottaminen ja perheen yhteisten toimintojen parantaminen.</p>	
Avainsanat perhematkailu, matkailukeskus, matkailun kehittäminen	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author(s) Eriika Salminen			
Title of Thesis Developing family tourism in Kuopio region with a travel destination: tourism and catering businesses as a target group in research			
Date	15.12.2011	Pages/Appendices	41/1
Supervisor(s) Jorma Korhonen			
Client Organisation /Partners Kuopion Matkailupalvelu Oy			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to study tourism and catering businesses in Kuopio and define their thoughts about family tourism in the area. This way we could identify the current situation of family tourism in Kuopio and discover ways to develop it. The thesis also studies what businesses think about the theme park that has been planned to build in Kuopio to regenerate tourism in the region. The results of this thesis can be used by Kuopion Matkailupalvelu Oy in planning of the theme park and developing family travel.</p> <p>The thesis consists of theoretical, qualitative research and analyzing the results. The sources used in the theoretical part deal with tourism, developing tourism and the situation of family tourism in Finland. The empirical part of the thesis consists of information that was gathered through interviews in fall 2011. The tourist service businesses that were interviewed were chosen beforehand and not selected randomly. The appendices include the questions that were used in the interviews.</p> <p>A lot of information about the situation of family tourism in the region and how to improve it was collected with this research. In addition, it describes what tourist service providers think about the theme park and what they wish to be included in it. The interviewees gave their answers as people who work in the tourism industry but also as local people. The key thing they mentioned was that it is important to consider everyone in the family when planning a park like this and to give family members the opportunity to work together.</p>			
Keywords family travel, travel destination, tourism development			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	6
2	MATKAILUN KEHITTÄMINEN ALUEELLA.....	7
2.1	Matkailun vaikutus aluetalouteen	7
2.2	Matkailun kehityksen edellytykset.....	9
2.3	Matkailualueen elinkaari	10
2.4	Suomen matkailustrategia	12
2.5	Alueen matkailustrategia	13
3	PERHEMATKAILU SUOMESSA JA KUOPIOSSA	14
3.1	Perhe	14
3.2	Perhematkailu	14
3.3	Lapsiperheen elinkaari	16
3.4	Huvi- ja teemapuistot perhematkailukohteena.....	16
3.5	Kuopio perhematkailukohteena	18
3.5.1	Sijainti ja kilpailukykyisyys	19
3.5.2	Kaupungin vetovoimatekijät perheille.....	21
3.5.3	SWOT	22
4	KUOPIOON PERUSTETTAVA PERHEMATKAILUKESKUS	23
4.1	Perhematkailukeskus	23
4.1.1	Moussoni.....	24
4.1.2	Daika	25
5	TUTKIMUS MATKAILUYRITTÄJIEN KESKUUDESSA	26
5.1	Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät.....	26
5.2	Tutkimuksen tulokset.....	28
5.2.1	Matkailun painottuminen.....	28
5.2.2	Perheisiin vetoavat tekijät ja kiinnostuksen kasvattaminen.....	29
5.2.3	Kuopion attraktiot ja palvelut	31
5.2.4	Matkailun kehitys perhepuiston avulla	32
5.2.5	Toiveet ja kehitysajatukset perhematkailupuistolle	33
6	POHDINTA	35
7	LÄHTEET	37

LIITTEET

Liite 1 Haastattelukysymykset

1 JOHDANTO

Kuopion Matkailupalvelu Oy on suunnitellut Konsulttitoimisto Pöyryn avustuksella Kuopion alueelle perhematkailupuistoa, jonka avulla pyritään parantamaan alueen matkailullista vetovoimaa. Puistolla halutaan houkutella alueelle lisää erityisesti perheitä ja panostaa enemmän kyseiseen segmenttiin. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Kuopion alueen perhematkailun nykytilannetta ja mitä perhematkailupuistolta odotetaan ja toivotaan. Toimeksiantaja halusi saada esille Kuopion alueen matkailu-yrityksien mielipiteitä ja tästä syystä tutkimusryhmänä työssä käytettiin pelkästään kyseisen alan yrityksiä. Saatavien tietojen avulla perhematkailukeskuksen suunnitellaan voidaan tehdä tarvittavia muutoksia ja kehittää sitä asiakaslähtöisemmäksi. Opinnäytetyön aihe on saatu Kuopion Matkailupalvelu Oy:n toimitusjohtaja Jari Piiraiselta.

Matkailun näkökulmasta perhe on hankala segmentti, koska se on ryhmä, joka koostuu eri-ikäisistä ihmisistä. Eri ikäryhmillä on erilaiset motivaatiot matkustamiseen, jotka vaikuttavat paikan valintaan. Useimmat matkailijoista liikkuvat perheensä kanssa, mutta silti perhematkailuun ei yleisesti panosteta. Perheiden matkustamista ei ole edes juuri aikaisemmin tutkittu. Aiheen vähäinen tutkiminen oli yksi syy, joka houkutteli työn pariin. Parantamalla kohteen tarjontaa perheille, voidaan perhematkailijoiden määriä kasvattaa entisestään. Monipuolisien palveluiden avulla lähialueilta voidaan saada viikonloppu- ja lyhytloppumatkailijoita, mutta myös pidentää matkailijoiden viipymää. Mitä enemmän alueella on perheelle sopivaa tekemistä, sitä kauemmin heillä on halua viipyä alueella.

Työn aluksi tarkastellaan teorian avulla mitkä asiat vaikuttavat matkailun kehittymiseen alueella ja miten kehittymistä aiotaan tehdä. Luvussa käsitellään esimerkiksi matkailualueen elinkaarta ja miten se vaikuttaa alueen muuhun toimintaan. Luvussa 3 tutkitaan yleisesti perhettä ja niiden matkailua, sekä mikä perheisiin vetoaa matkailussa. Tämän jälkeen on esitelty tämän hetken suunnitelmat perhematkailupuistosta. Luvussa 5 alkaa tutkimuksen empiirinen osio, jossa kerrotaan haastatteluiden kautta saaduista mielipiteistä ja ehdotuksista. Tutkimus tehtiin teemahaastattelun muodossa viidelle matkailualalla toimivalle yrityksen edustajalle. Haastatelluista yrityksistä löytyy esimerkiksi kahviloita, ravintoloita ja hotelleja. Kaikkien haastateltujen yritysten palveluita käyttävät myös perheet ja jotkut yrityksistä ovat panostaneet palveluihinsa erityisesti perheisiin. Analyysin jälkeen viimeisessä luvussa on pohdintaa opinnäytetyöprosessin toteutumisesta ja toimeksiannosta.

2 MATKAILUN KEHITTÄMINEN ALUEELLA

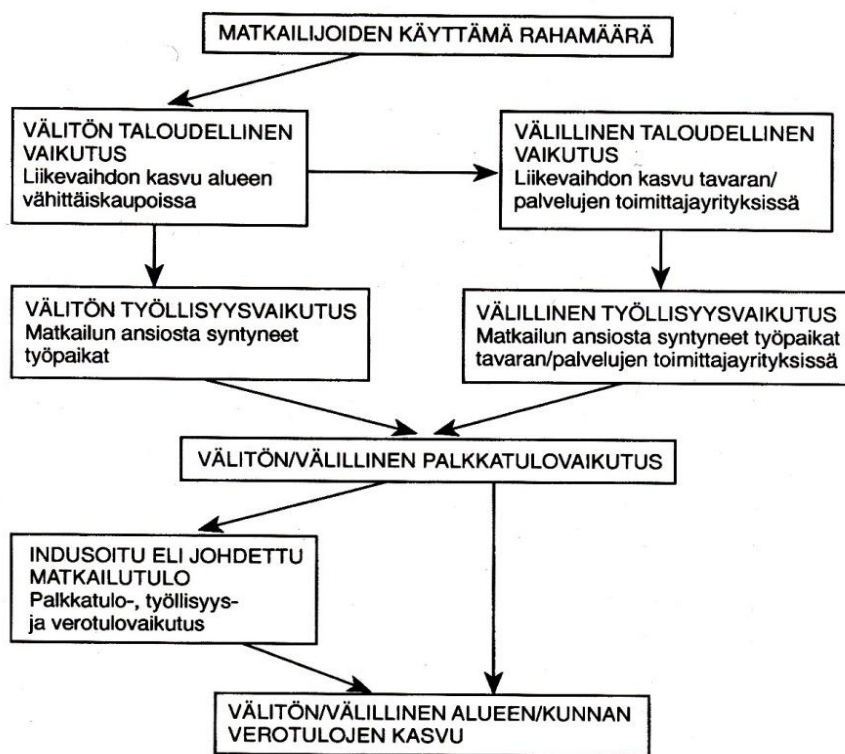
Matkailualan asiakkaat ovat vuosien varrella muuttuneet paljon. Heillä on enemmän vapaa-aikaa, useampia vaihtoehtoja ja enemmän rahaa käytettävissään. Samalla matkailijat ovat kuitenkin oppineet vertailemaan hintoja suhteessa tuotteen laatuun ja ovat näin valikoivampia. (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen. 2000, 11 ja 83.) Lapsiperheissä on nähtävissä, miten lapset ovat alkaneet vaikuttaa entistä enemmän perheiden kulutuskäyttäytymiseen. Lasten mielipide huomioidaan erityisesti vapaa-ajan palveluita, huvituksia tai lomamatkoja suunniteltaessa. (Raijas & Wilska, 2007.) Jotta matkailijoita saadaan houkuteltua halutulle alueelle, tulee palveluiden olla heidän toiveidensa mukaisia ja täyttää heidän toiveensa sekä motiivinsa. Tämä vaatii asiakaslähtöistä ajattelua tuotteiden sekä palveluiden suunnittelussa ja kehittämisessä. Lapsiperheisiin panostettaessa tulee ottaa huomioon erityisesti lasten toiveet. (Pesonen ym. 2000, 11 ja 83.)

Matkailun kehittämisellä voidaan tarkoittaa monia eri asioita kuten esimerkiksi markkinointia, asiakkaiden hankkimista, tuotesuunnittelua ja tutkimusta. Paikallisella tasolla eli yrityksessä tai kunnassa tämä voi tarkoittaa työntekijöiden kouluttamista ja liikeidean kehittämistä. (Hemmi, J. 1993, 238.) Yrityksen tulee mukautua asiakkaiden tarpeisiin. Voidakseen kehittyä, yrityksen tai kunnan tulee analysoida nykytila, jonka avulla toimintaa voidaan lähteä parantamaan. Koska nykyaikana asiakaslähtöisyys on erityisen tärkeää, hyvä tapa kartoittaa nykytila on asiakaspalaute tai kysely kuluttajien keskuudessa. Tuotteen tai palvelun käyttäjä on paras kertomaan toimiiko se vai ei. (Pesonen ym. 2000, 90.) Matkailijat haluavat usein matkastaan tavallisesta poikkeavaa, jotain mitä he eivät arkenaan voi kokea. Tärkein syy, miksi matkailua tulee kehittää, on saada myynti alueella tai yrityksessä kasvamaan entisestään. Palvelun tulee kiinnostaa asiakasta ja täyttää hänen motiivinsa matkan suhteen. Yrityksen tulee myös osata markkinoida palveluitaan juuri oikealle segmentille, jotta myyntiä on mahdollista parantaa. (Pesonen ym. 2000, 34.)

2.1 Matkailun vaikutus aluetalouteen

Kunnan kehittäessä matkailuaan, tulee sen ottaa huomioon matkailijoiden lisäksi myös paikalliset asukkaat. Matkailun tulee olla tuottavaa, mutta se ei saisi myöskään vaikuttaa negatiivisesti kunnassa asuviin ihmisiin tai alueen luontoon. Matkailun ollessa sopivalla tasolla se tuo paikallisille paljon hyötyä. Kehitystyössä tulee ajatella mitä alueen elinkeinoelämä tarvitsee ja mitkä ovat paikallisten odotukset. (Vuoristo, 1998, 191.)

Matkailijat käyttävät alueella rahaa, jonka avulla liikevaihto kasvaa ensin matkailutuotteita ja -palveluita tuottavilla yrityksillä. Näiden yritysten kautta myös heidän tavaraa toimittavien yritysten ja alihankkijoiden liikevaihdossa ilmenee kasvua. Esimerkiksi hotellit työllistävät pesuloita tai siivouspalveluita. Näitä ilmiöitä kutsutaan välittömäksi ja välilliseksi vaikutukseksi. Samat ilmiöt voidaan nähdä myös alueen työllisyydessä. Matkailun kasvaessa myös palveluiden kysyntä kasvaa ja tarvitaan enemmän työntekijöitä tuottamaan tarjontaa. Näin tapahtuu välitön vaikutus alueen työllisyydessä. Välillinen vaikutus näkyy kun myös tavarantoimittajayrityksissä kysyntä kasvaa ja heille tarvitaan lisää työntekijöitä. Uusien työntekijöiden palkkaaminen aiheuttaa yrityksille palkkamenoja, mutta tuo samalla kuntalaisille palkkatuloja. Paikallisten kasvaneiden palkkatulojen kautta kunta saa enemmän verotuloja, joilla voidaan rahoittaa kunnan toimintaa. Kuviossa (kuvio 1) matkailun vaikutus aluetalouteen näkyy kaaviona. (Vuoristo, 1998, 123 - 124.)



Kuvio 1. Kohdealueen matkailutulon ja työllisyysvaikutusten muodostuminen (Vuoristo, 1998, 124 mukaan).

2.2 Matkailun kehityksen edellytykset

Jotta matkailua voidaan kehittää, on sille muutama tietty edellytys. Yleiset edellytykset vaikuttavat siihen, että ihmiset yleensä haluavat ja voivat matkustaa. Paikallisia/alueellisia edellytyksiä on matkailijoiden saaminen tiettyyn kohteeseen. Alueellinen kehitys on kuitenkin erittäin riippuvainen yleisestä kehityksestä. Esimerkiksi huono taloudellinen tai poliittinen tilanne voivat vaikuttaa suuresti alueelliseen matkailuun. Myös kokonaan tai lähes maapallon laajuiset ilmaston tai luonnon muutokset vaikuttavat matkailun kehittämiseen. (Hemmi & Vuoristo, 1993, 42.) Esimerkkinä vuonna 2010 Islannissa purkautunut tulivuori, Eyjafjallajökull, jonka tuhkapilven vuoksi monet Euroopan maat sulki lentokenttäänsä. Tuhansia lentoja jouduttiin perumaan tuhkan vuoksi. Lentojen peruminen vaikutti suuresti matkailuun, mutta myös muuhun elinkeinoelämään. Tulivuoren pelättiin syöksevän tuhkaa jopa vuoden ajan, jolloin sillä olisi suuret vaikutukset koko maailman matkailuun. (CBS News, 2010.) Jos matkailua halutaan kehittää, pitää kohteen saada jonkinlaista ennakkotietoa matkailun suunnasta. Vaikka matkailun alalla muutoksien ennakoiminen on todella hankalaa, on se kuitenkin mahdollista. Muutoksien ennakoimisella voidaan nähdä onko kehitystä kannattavaa tehdä. (Hemmi & Vuoristo, 1993, 310.)

Tarkemmin eriteltynä matkailuun ja sen kehitykseen vaikuttaa viisi yksilöityä tekijää:

- liikennevälineiden ja -yhteyksien kehitys
- kaupungistuminen ja teollistuminen
- talouselämän ja kulttuurin kansainvälistyminen
- väkiluvun ja väestörakenteen muutokset
- ihmisten varallisuus, käytettävissä oleva vapaa-aika ja motivaatiotekijät

Liikennevälineiden kehittymisellä tarkoitetaan esimerkiksi polttoaineiden hinnan alenemista ja kulkuyhteyksien parantumista. Ihmisillä on mahdollisuus matkustaa pidemmälle halvalla hinnalla. Samalla kuitenkin liikenteen käyttö saastuttaa luontoa ja tästä syystä jatkuvasti koetetaan kehittää luontoystävällisempiä matkustusmenetelmiä. (Hemmi & Vuoristo, 1993, 42 ja 70–71.) Nykyaikana yhä useampi ihminen asuu maaseudun sijaan kaupungissa. Myös palvelut ovat suurimmaksi osaksi kaupungeissa ja niiden läheisyydessä. Kaupungit myös kasvavat ja kehittyvät jatkuvasti, toisin kuin maaseutu. Teollistuneen maailman ansiosta tekniikka parantuu vuosien mukana, joka helpottaa ja nopeuttaa esimerkiksi matkustusta.

Kansainvälistymisen ansiosta ihmiset liikkuvat laajemmalla alueella. Maiden yhteistyön kautta siirtyminen maiden välillä muuttuu helpommaksi. Passia tarvitaan harvemmin ja valuutan vaihtoa ei tarvitse aina tehdä. Ihmiset voivat myös laajentaa omaa bisnestään ulkomaille tai lähteä itse työskentelemään toiseen maahan. Samalla kuitenkin kilpailu kasvaa samantyyppisten alueiden kesken. (Hemmi & Vuoristo, 1993, 64-69.)

Maiden väkiluvulla ja väestönrakenteen muutoksilla on aina suuri vaikutus matkailuun. Väestön ikärakenne ja väentiheys muokkaavat matkailun kysyntää ja mitä palveluita matkailijoille tulisi tuottaa. Nykyaajan ihmisillä on huomattavasti enemmän varallisuutta, kuin vuosikymmeniä sitten. Samaan aikaan käytettävissä on kuitenkin enemmän vapaa-aikaa. Koska ihmisiltä löytyy sekä rahaa, että aikaa, ovat ihmisten muut motivaatiotekijät tärkeässä asemassa matkailupalveluita kehittäessä. (Hemmi & Vuoristo, 1993, 58 – 62.) Motivaationa voi olla esimerkiksi halu tavata uusia ihmisiä, oppia uutta, tutustua kulttuureihin, vierailla ystävien luona, virkistyä tai huvitella (Vuoristo, 1998, 42).

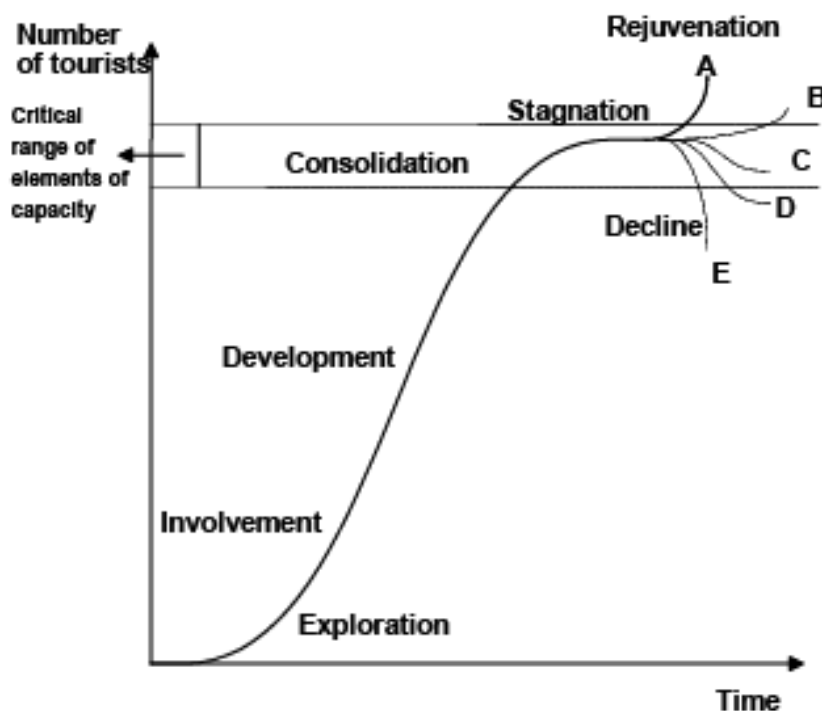
Matkailualueen kehittymiseen liittyy myös alueen matkailulliset vetovoimatekijät. Alueen matkailu ei voi kasvaa, jos sillä ei ole mitään matkailijoihin vetoavia piirteitä. Vetovoimatekijät ovat siis ehto matkailulle. Perusedellytyksenä on että kohteella on vetovoimaa esimerkiksi kulttuurissa, luonnossa, turvallisuudessa tai taloudellisessa kehityksessä. (Vuoristo & Vesterinen, 2002, 14.)

2.3 Matkailualueen elinkaari

Matkailualueita ja kohdetta kehitettäessä voidaan tarkastella Butlerin elinkaariteoriaa. Vuonna 1980 Richard Butler kehitti kaavion, joka määrittää matkailualueen elinkaarisen sen alusta ja noususta kohti matkailun hiipumista. Useat henkilöt ovat yrittäneet muokata ja päivittää Butlerin kehittämää kaaviota, kuten Keller vuonna 1987, mutta muutokset ovat usein saaneet aikaan vain väittelyä. Butlerin teoria on vanha ja joiltain osin sillä on sanottu olevan rajoituksia tutkittaessa matkailualueen elinkaarta. Sen avulla ei esimerkiksi voida millään lailla ennustaa mahdollisia matkailijamääriä tai mistä määrien muutokset tarkemmin johtuvat. Malli auttaa kuitenkin ymmärtämään eri prosessit mitä matkailualue käy läpi ihmismäärien kasvaessa matkailun saralla. (Prideaux, 2009, 32-33.) Kuvasta (kuvio 2) nähdään, miten matkailualueen elinkaari alkaa alueen löytämisestä (exploration). Tällä tarkoitetaan, että alueella on jonkin verran matkailua, mutta määrät ovat vielä pieniä ja alue on kohteena uusi. Vaiheessa kaksi (involvement = sitoutuminen) matkailu alueella alkaa kasvaa ja paikalliset ke-

hittävät joitain palveluita matkailijoita varten. Kun alueen kehitys nopeutuu (development), nousee matkailijoiden määrä runsaasti. Tämä saa paikalliset kehittämään parempia palveluita matkailijoille ja korostamaan alueen vetovoimatekijöitä. Jossain vaiheessa matkailijoiden määrä ja alueen kehittyminen hidastuu ja tapahtuu vakiintuminen (consolidation). Tällöin alueen uutuuden viehätys matkailijoiden keskuudessa hiipuu ja alueen matkailu on saavuttanut huippunsa. Tapahtuu stagnaatio eli pysähtyminen (stagnation), jolloin ollaan samassa tasossa muiden samanlaisten matkailukohteiden kanssa. (Butler, 2006, 5-10.)

Pysähdysvaiheesta kohteen matkailulla on mahdollista lähteä viiteen eri suuntaan (A, B, C, D ja E) riippuen matkailu alueen panostuksesta. Kohta A tarkoittaa matkailun kehittämistä uuteen suuntaan (rejuvenation = virkistys). Tällä saadaan matkailu taas kasvamaan nopeasti ja parannetaan asemia kilpailijoihin nähden. Kohdassa B voidaan esimerkiksi markkinoinnin avulla pitää matkailijamäärät pienessä kasvusuhteessa. Kohta C pyrkii pysymään vakiintumisvaiheessa, jotta matkailijamäärä ei lähde laskuun. Samalla tyydytään matkailijoiden vakiintuneeseen määrään, eikä aluetta lähdetä uudistamaan. Kohdat D ja E kuvaavat molemmat alueen elinkaarella taantumisvaihetta (decline), vaikkakin tilanteessa E matkailu taantuu huomattavasti nopeammin. Näin käy jos alueelle suunnitellut ja toteutetut kehittämistoimenpiteet epäonnistuvat tai niihin ei ole edes ryhdytty. Alueella ei ole mahdollisuutta kilpailla matkailijoista muiden alueiden kanssa, koska sillä ei ole mitään uutta tarjottavaa. (Vuoristo. 1998, 159-160)



Kuvio 2. Matkailualueen elinkaari Butlerin (1980) mukaan (Butler, R. 2006, 5.)

2.4 Suomen matkailustrategia

Suomessa joudutaan useissa paikoissa ilmasto-olosuhteiden vuoksi ylläpitämään sesonkiluontoista matkailutoimintaa. Kesän aikana on paljon toimintaa ympäri Suomea, koska suomalaiset lomailevat tuolloin. Varsinkin lapsiperheillä on mahdollisuus käyttää matkailupalveluita paljon kesän aikana, koska lapsilla on pitkät lomakoulusta. Talven aikana tarjonta supistuu laskettelukeskuksien ja ohjelmapalveluiden muotoon. Huvipuistot, erilaiset tivolit ja sirkukset sekä festivaalit ja tapahtumat järjestetään vain kesällä ja niiden kausi loppuu alkusyksystä. Eurooppalaiset turistit ovat tässä vaiheessa usein vasta tulossa matkailemaan Suomeen, eivätkä pääse käyttämään näitä kesäajan palveluita. Matkailustrategiassa suunnitellaan suomalaisten koulujen lomien jaksottamista pidemmälle aikavälille ja kesäloman siirtämistä eteenpäin, jolloin loma loppuisi vasta elokuun puolella. Näin kohteiden olisi kannattavaa olla auki pidempään syksyllä ja se vetoaisi samalla myös ulkomaisiin asiakkaisiin. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010a.) Naapurimaissa koulujen lomakausi ovat usein eri aikaan suomalaisten koulujen kanssa, joten näistä maista voisi houkuttaa asiakkaita Suomen perhematkailumarkkinoille. Euroopassa monet perheille kehitetyt matkakohteet kuten teema- ja huvipuistot ovat avoinna paljon pidempään kuin Suomessa. Paras vaihtoehto olisi kuitenkin saada toimintaa ympärivuotiseksi, mutta sitä varten vaaditaan useita erilaisia aktiviteetteja, sekä mahdollisuus sisällä toteutettavaan toimintaan talven ajaksi. Myös Suomen matkailun edistämiskeskuksen tekemän perhematkailun kehittämisstrategian mukaan Suomen perhematkailuun keskittyneet tuotteet tulisi tehdä ympärivuotisiksi, jotta saataisiin kyseiseen matkailuun kasvua lyhytlomalaisista, esimerkiksi viikonloppuvierailijoista. Näitä matkailijoita on mahdollista saada kotimaasta, mutta myös naapurimaista, joista liikennevälineiden kehityksen ansiosta on nopea matkustaa Suomeen. Hyvänä houkuttimena toimii erilaiset teema- ja huvipuistot, jotka MEK:in mukaan houkuttelevat perheitä lyhyille lomille. (Matkailun edistämiskeskus, 2002.)

Suomen matkailustrategiassa keskeisin ajatus on Suomen tunnetuksi tekeminen, koska monille ulkomaisille turisteille paikka on matkailumaana suhteellisen tunnetun. Tarkoituksena onkin korostaa Suomen jo entuudestaan tuttuja matkailullisia vahvuuksia. Yksi Suomen vahvuuksista on Venäjä naapurimaana, josta ainakin Lapin, Oulun läänin sekä Itä-Suomen läänin matkailu hyötyy. Matkailustrategian osana on myös matkailukeskusten ja yritysten auttaminen menestymään. Enää ei keskitytä niinkään yksittäisiin hankkeisiin vaan kokonaisten matkailukeskusten kehittämiseen. Matkailukeskuksia kehoitetaan kehittämään, koska niiden avulla alueelle saadaan

houkuteltua enemmän massaa ja samalla alueen talous kohenee työllisyyden ja ostovoiman kasvun myötä. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010a.)

Perhematkailuun on hyvä panostaa Suomessa, koska suomalaisten lisäksi myös ulkomaalaiset matkustavat kasvavassa määrin perheittäin ulkomaisiin kohteisiin. Esimerkiksi britit ja venäläiset matkustavat koko ajan entistä enemmän perheenä. Varsinkin Venäjältä saapuvat matkailijat ovat tärkeitä Suomelle. Yhä useammat perheet etsivät kohdetta, joka täyttäisi kaikkien perheenjäsenien toiveet. Tästä syystä suomalaisia palveluita tulisi kehittää huomioiden eri-ikäiset lapset sekä aikuisten toiveet. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010b.)

2.5 Alueen matkailustrategia

Pohjois-Savon Liitto on tutkinut alueen matkailua ja kartoittanut mitä osa-alueita tulisi kehittää. Vuosien 2007–2013 matkailustrategian tavoitteina on muun muassa alueen tunnettavuuden ja houkuttavuuden lisääminen sekä kotimaassa, että ulkomailla. Tavoitteena on myös vahvistaa alueen positiivista mielikuvaa. Myös saavutettavuuden parantaminen nähdään tärkeäksi ja sitä halutaan parantaa sekä kotimaisille että ulkomaisille matkailijoille. Saavutettavuutta pyritään parantamaan muun muassa Rissalan lentokentän ja julkisen liikenteen kehittämällä. Pohjois-Savon matkailulle pahimmat kilpailijat ovat Kainuu, Pohjois-Karjala, Etelä-Savo ja Keski-Suomi. Kohteilla on suhteellisen samanlaiset tarjonnat ja asiakaskunnat muodostuvat samoilta alueilta saapuvista matkailijoista. Matkailustrategiassa onkin tavoitteena saada Pohjois-Savon matkailukohteet erottumaan omana alueenaan, eikä vain osana Järvi-Suomea. Muista kohteista pyritään erottumaan korostamalla savolaisuutta matkailupalveluissa. Tunnettavuutta halutaan parantaa myös tiettyjen ulkomaisten kohteiden matkailijoiden parissa. (Pohjois-Savon Liitto, 2007.)

Maakuntahallitus on todennut Pohjois-Savon Liiton tiedotteessa, että Itä-Suomessa matkailulla on erittäin suuri rooli elinkeinoelämässä ja sillä on edelleen mahdollisuus kasvuun. Sitä pitää kuitenkin kehittää, jotta kasvulle olisi mahdollisuus. Matkailustrategian päämäärinä on kasvattaa matkailijamääriä ja matkailutuloa, saada alueelle lisää työpaikkoja, tuottaa laadukkaita palveluita ja tehdä kannattavaa yritystoimintaa alalla. Yksi keskeisimmistä asiakaskohderyhmistä matkailustrategiassa on lapsiperheet, joille halutaan saada tarjottua palveluita ympäri vuoden. (Pohjois-Savon Liitto, 2007.) Myös maakuntahallitus toteaa, että alueen perhematkailu tulisi saada ympäri vuotiseksi ja segmentille tarvitaan lisää palveluita. Matkailun tarjonnan ei tulisi perustua vuodenaikaan saatikka sääolosuhteisiin. (Pohjois-Savon Liitto, 2011.)

3 PERHEMATKAILU SUOMESSA JA KUOPIOSSA

3.1 Perhe

Perheeksi luokitellaan yhdessä asuvat avio- tai avoliitossa olevat henkilöt ja heidän lapsensa, jompikumpi vanhemmista lapsineen sekä avio- ja avopuolisot, joilla ei ole lapsia. Lapsiperheiksi luokitellaan ne, joiden kotona asuu vähintään yksi alle 18-vuotias lapsi. (Suomen virallinen tilasto, 2006)

Vuonna 2010 loppupuolella Suomen väestöstä 76 prosenttia kuului perheisiin eli noin 4 065 000. Se tarkoittaa 1 455 000 perhettä, joista lapsiperheitä oli 582 000 eli 40 prosenttia väestöstä. Perheet ovat siis erittäin iso segmentti, joiden tarpeisiin kannattaa panostaa. (Suomen virallinen tilasto, 2010)

3.2 Perhematkailu

”Perhetuotteet koostuvat lapsiperheille soveltuvista tai heille erityisesti luoduista eriteemojen matkailutuotteista. Päävetovimatekijöinä ovat käyntikohteet, oheistarjontana esimerkiksi aktiviteetit luonnossa ja tukitarjontana majoitus, ravintolat jne.”

MEKin määritelmä perhematkailutuotteille (Matkailun edistämiskeskus, 2002)

Matkailun näkökulmasta perhe on ryhmä ja siihen kuuluu sekä aikuisia että lapsia. Tällainen ryhmä on haastava segmentti, koska sen tarpeita, motivaatiota ja piirteitä on hankala hahmottaa, koska ryhmään kuuluu useimmiten molempia eri sukupuolia sekä eri-ikäisiä ihmisiä. Kaikkia osapuolia on hankala miellyttää ja useimmiten keskitytäänkin lasten toiveisiin. On kuitenkin tärkeää huomioida myös vanhempien tarpeet ja antaa heille mahdollisuus omaan aikaan ja tekemiseen. Tärkein osa perhematkailua on kuitenkin yhdessä oleminen.

Taantuman aikana ihmisillä on tapana karsia heidän mielestään tarpeettomia kuluja. Matkailualan on pelätty kärsivän näistä säästöistä, mutta tutkimusten mukaan ihmiset kuluttavat myös taantuman aikana rahojaan matkailuun. Kotimaan matkailu on jopa kasvanut taantuman aikana, koska monet vaihtavat suunnitellun reissun ulkomaille lomaan kotimaassa. (Rahkola, 2009.) Perheille loma on yhdessä olemisen aikaa, josta ei haluta luopua. Se on perheiden tärkein motiivi lähteä lomalle. Nykyään vanhemmat haluavat tarjota lapsilleen aktiviteetteja ja elämyksiä, lelujen ja muun materiaalin sijaan. Lomabudjettia saatetaan kerätä vuoden ajan, jotta lomasta voisi nauttia kuluista huolimatta ja jokaista menoa laskematta. Lomaan saatetaan jopa kuluttaa

tarpeettoman paljon rahaa, jotta lapset saisivat kokea paljon arjesta poikkeavaa lomallaan.

Useimmiten rahaa kulutetaan ulkona syömiseen, huvipuistoihin ja kylpylöihin. Suomalaisille tärkeimpiä lomakohteita ovatkin juuri kylpylät. Valinnanvaraa on kolmesta erilaisesta kylpylätyyppistä: viihdekylpylä, terveyskylpylä sekä kuntoutuslaitos. Kylpylät ovat muuttuneet vuosien varrella entistä viihdepainotteisimmiksi, alkaneet tarjota terveyttä kohentavia palveluita ja niiden kehityksessä on ajateltu myös lapsiperheiden tarpeita. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010b.) Vanhemmat usein kuvittelevat lasten haluavan lomalleen paljon toimintaa, vaikka lapsille tärkeintä onkin perheen yhdessä olo. Tärkeää on myös saada kokea jotain arjesta poikkeavaa yhdessä. Voidaan puhua myös elämyksestä, jolla tarkoitetaan henkistä jälkivaikutelmaa, joka on ihmisen mielessä pitkän aikaa palvelun jälkeen. Ihmiselle on erittäin yleistä kokea elämyksiä tehdessään huvimatkoja. Varsinkin lapsille kaikenlainen arjesta poikkeava toiminta voi säilyä muistissa hyvin pitkään. (Aho, Honkanen & Saarinen, 2001, 36.)

Nykyajan lapsilla on paljon sananvaltaa lomakohteen suhteen. Useimmat vanhemmista haluavat antaa lapsille mahdollisuuden valita kohde tai loman aktiviteetteja. (Raijas, & Wilska, 2007.) Suomen evankelis-luterilaisen kirkon perhetyön johtajan Martti Eskon mukaan on tärkeää ottaa perheen kaiken ikäiset lapset huomioon lomalla ja nauttia yhteisestä ajasta. Lapsia ei tule jättää sivuun, vaan ottaa heidät toimintaan mukaan. Tästä syystä matkakohteen on hyvä olla sellainen jossa tarjotaan kaikille jotain mistä he nauttivat. Martti Eskon mielestä on myös hyvä että tarjolla on entistä enemmän perhekohteita, joissa on lapsille erilaista toimintaa ja muita samanikäisiä lapsia. Lastenhoitomahdollisuus on myös tärkeä osa matkakohdetta, koska myös vanhemmat tarvitsevat yhteistä aikaa. (Esko, 2004.) Valinnassa tulee kuitenkin ottaa huomioon kaikki perheenjäsenet. Teini-ikäisien kanssa matkustaminen voi olla hankalaa, jos kohteen valinta tehdään täysin perheen pienimpien toiveiden mukaan. Nuoret kaipaavat oman ikäistään seuraa, jota ei helposti löydy pelkästään pienille lapsille suunnatuista kohteista (esimerkiksi Muumimaailma). Monesti oletetaan, että nuorille riittää mahdollisuus ostosten tekemiseen, mutta myös heille tarvitaan omanlaista tekemistä eri päville, jonka parissa aika kuluu. Täytyy tehdä kompromisseja ja tehdä lomasta monipuolinen ja mieluinen kaikille. (Viljanen, 2011.)

3.3 Lapsiperheen elinkaari

Swarbrooken ja Hornerin (2007, 129) mukaan lapsiperheillä on elinkaari, jonka vaihe vaikuttaa heidän valintaansa matkailussa. Elinkaari alkaa kahdesta nuoresta, jotka muodostavat parin ilman lapsia ja päättyy eläkkeellä olevaan vanhaan pariin, joiden lapset ovat aikuistuneet ja muuttaneet pois kotoaan. Jokaisessa elinkaaren vaiheessa perheellä on erilaiset motiivit valitessaan matkustuskohdettaan.

Kun parilla on pieni lapsi, kohteeksi valitaan paikka, jossa lapsen turvallisuus ja hyvinvointi on taattu. Esimerkiksi kohteet, joissa on huono hygienia, eivät tule kyseeseen. Myös matkustamisen ja liikkumisen helppous on vauvan vanhemmille tärkeää. Matkustamisen tulee olla halpaa, kohteessa tulee olla vauvanhoitotilat ja heillä pitää olla mahdollisuus liikkua vaunujen kanssa.

Taaperoikäinen (2-5 vuotta) opettelee innokkaasti uusia taitoja ja tarvitsee virikkeitä ja turvallisen tilan, jossa taitoja harjoitella. Myös lyhyt ajomatka kohteeseen on tärkeä, jotta lapsi ei ehdi tylsistyä ja kiukustua. Kolmantena elinkaarena on leikki-ikäinen lapsi (5-12 vuotta). Tuon ikäiset kaipaavat samanikäisten lasten seuraa ja ovat tyytyväisiä saadessaan leikkiä ja touhuta eri aktiviteettien parissa. Leikki-ikäiset kaipaavat paljon jotain virikkeitä koska ovat elämänsä oppimisvaiheen alussa. Teini-ikäiset (13-18 vuotta) ovat useimmiten jo itsenäisempiä ja haluavat tehdä toimintoja omissa oloissaan tai sitten samanikäisten seurassa. Nuoret haluavat elämäänsä jännitystä aikuisempaan makuun suunnitelluista aktiviteeteista, esimerkiksi seinäkiipeilystä. Teini-ikäisille on tärkeää että heitä kohdeltaisiin ikänsä mukaan ja että heidän mielipiteillään on väliä. (Swarbrooke & Horner, 2007, 94, 129.)

Nykyajan perheissä on usein samanaikaisesti useampaan ikäluokkaan kuuluvia lapsia, mahdollisesti jopa kaikkiin mainittuihin. Tämä tekee perheen matkakohteen valinnasta haastavaa, koska jokaisen toiveita olisi hyvä noudattaa, jotta lomasta saataisiin viihtyisä kaikille. Tästä syystä lomakohteilta ja -keskuksilta vaaditaan paljon erilaista tarjontaa.

3.4 Huvi- ja teemapuistot perhematkailukohteena

Huvi- ja teemapuistot ovat perheiden mieleen, koska niissä löytyy tekemistä jopa perheen pienimmille. Tällä hetkellä teemapuistot ja aktiviteetit ovatkin kasvun kärjessä, katsottaessa erilaisten toimipaikkojen kokonaismäärää. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaiseman toimialaraportin mukaan parin vuoden takaisesta taantumasta huoli-

matta aktiviteetit sekä huvi- ja teemapuistot ovat vahvan kasvun sektoreita. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010b.) Matkailun edistämiskeskuksen mukaan teemapuisto on hyvä tapa kehittää matkailua kohteessa tai alueella. Teemapuistot vetoavat perheisiin ja aina toivotaan jotain uutta teemaa tarjolle. Tärkeä osa teemapuistoa on sen yhteydessä sijaitseva majoitustoiminta. (Matkailun edistämiskeskus, 2002.)

Suomessa on useita huvi- ja teemapuistoja, mutta niistä suurimmat ovat Etelä-Suomen tai Länsi-Suomen lääneissä. Itä-Suomen läänissä, joka on tärkeää aluetta Venäjän matkailun kannalta, sijaitsee ainoastaan Visulahti. Itä-Suomeen on myös mahdollista houkutella asiakkaita Lapista ja Oulun läänistä, jossa sijaitsee vain yksi teemapuisto. Kuvassa (kuva 1) on esiteltynä tarkemmin Suomen suurimpien huvi- ja teemapuistojen sijainnit. Kuvasta näkee, minne isoimmat kohteet ovat keskittyneet.



Kuva 1. Suomen suurimmat huvi- ja teemapuistot kartalla (Muraja, 2008.)

Nykyajan huvipuistot ovat alun perin kehittyneet tavallisista puistoista, joissa on ollut vetonaulana jokin viihdyke, jolla ihmisiä saadaan paikalle. Esimerkiksi käsin pyöritettävä karuselli, josta myöhemmin kehitettiin moottoroitu ja suurempi versio. Pikku hiljaa toiminta on kasvanut ja laitteita on tullut useampia. Tavallisista puistoista on muodostunut tivoleita, joissa oli tarjolla erilaisia viihdykkeitä ja laitteita. (Gee, Makens & Choy, 1997, 386–388.) Jotkut tivoleista olivat liikkuvia, mutta kehittyneempien isojen

laitteiden tullessa markkinoille (esim. vuoristoradat) liikkuvuus ei ollutkaan enää helppoa. Tästä syystä kehittyivät huvipuistot, jotka pysyvät paikallaan ja tarjoavat viihdykettä tietyllä paikalla. Huvipuistoksi luokitellaan käyntikohde, jossa on tarjolla paljon erilaisia laitteita. (Muraja, 2008.)

Huvipuiston seuraajaksi on tullut teemapuisto, joka on luultavasti paras kuvaamaan Kuopioon suunnitteilla olevaa käyntikohdetta. Se tarjoaa asiakkailleen erilaisia aktiviteetteja, ravintolapalveluita sekä useimmiten jonkin isomman konseptin, kuten vesipuiston. Teemapuistoista löytyy tekemistä koko perheelle, koska niissä on tarjolla paljon kaikkea erilaista. (Muraja, 2008.) Hyvänä esimerkkinä teemapuistosta on Puuhamaa, josta löytyy monenlaista aktiviteettia eri ikäryhmille, ulkovesipuisto sekä karing-rata (Puuhamaa 2011). Teemapuistojen ”isähahmoksi” voidaan sanoa Walt Disneytä, joka rakennutti Disneyn piirrettyjen teemojen mukaisen Disneylandin. Tuon jälkeen teemapuistot ovat levinneet ympäri maailmaa. (Gee ym. 1997, 390.)

3.5 Kuopio perhematkailukohteena

Suomea kutsutaan usein tuhansien järvien maaksi. Suomen puhdas luonto ja sen monipuolinen kauneus, joka vetoaa moniin matkailijoihin, kiteytyy hyvin kyseiseen lauseeseen. Luonto vetoaa suomalaisiin, jotka asuvat isommissa kaupungeissa ja haluavat toisinaan nauttia luonnon rauhasta tai sen tuomista liikuntamahdollisuuksista. Myös ulkomaalaisille matkailijoille Suomi on kiinnostava kohde sen turmeltumattoman ja erikoisen luonnon takia. Iso-Britannian suurin perheille suunnattu lomamatkasivusto Takethefamily.com kehuu Suomen luontoa ja sen tarjoamia mahdollisuuksia perheiden loman osana. (Carrier, 2010.) Suomea voisikin kuvata parhaiten aktiivilomailijalle ja luonnosta nauttivalle lomailijalle sopivaksi paikaksi. Kuopio on loistava esimerkki suomalaisen luonnon kauneudesta. Upeat vesistöt hallitsevat aluetta, mutta niiden rinnalla nousee korkeita huippuja, kuten Puijo. Alueella on paljon mahdollisuuksia matkailun alalla, mutta kaikkia niistä ei ole vielä valjastettu käyttöön.

Vuonna 2007 Markku Tynin tekemässä tutkimuksessa on kyselyn kautta tutkittu 343 Kuopiossa ollutta matkailijaa ja sen avulla kartoitettu esimerkiksi heidän ikä- ja sukupuolijakaumaa, lähtöaluetta ja perhemuotoa. Vastauksia kerättiin sekä talvella että kesällä ja molempina aikoina lapsiperheet olivat kyselyn perusteella isoin matkailijaryhmä. Kesällä 41 % vastaajista oli perhemuodoltaan lapsiperhe, kun taas seuraavaksi suurin ryhmä (yksinasijat) ylsi 23 prosenttiin. Talvella lapsiperheiden osuus oli suurin (33 %), mutta vain yhden prosentin isompi kuin seuraavan ryhmän (avio-/avopari, lapset muuttaneet). Tutkimuksessa eriteltiin myös matkailijoiden motiivit

Kuopioon saapumiselle. Otoksesta 146 matkailijaa oli saapunut alueelle motiivinaan huvittelu ja hauskanpito. Tästä ryhmästä 45 % oli lapsiperheitä. (Tyni, M. 2008, 24, 31-32.)

Tutkimuksessa kartoitettiin myös paikallisten ajatuksia alueelle suuntautuvasta matkailusta kotitalouskyselyn avulla. Selvityksestä kävi ilmi, että kuopiolaiset suhtautuvat positiivisesti kaupungin matkailuun ja monien mielestä matkailijoiden määrä saisi vielä kasvaa entisestään. Kyselyn kautta paikallisilla oli myös mahdollista ehdottaa miten matkailua voitaisiin kehittää Kuopiossa. Luontomatkailu oli koettu tärkeimmäksi kehittämiskohteeksi, mutta sitä seurasi tapahtumien kehittäminen. Toiveena oli saada enemmän tapahtumia talveksi ja ottaa ympärivuotisessa tapahtumatarjonnassa huomioon myös lapset ja nuoret. Lapsiperheille toivottiin myös enemmän tarjontaa aktiiviteettien saralla. (Tyni, M. 2008, 120 - 121.)

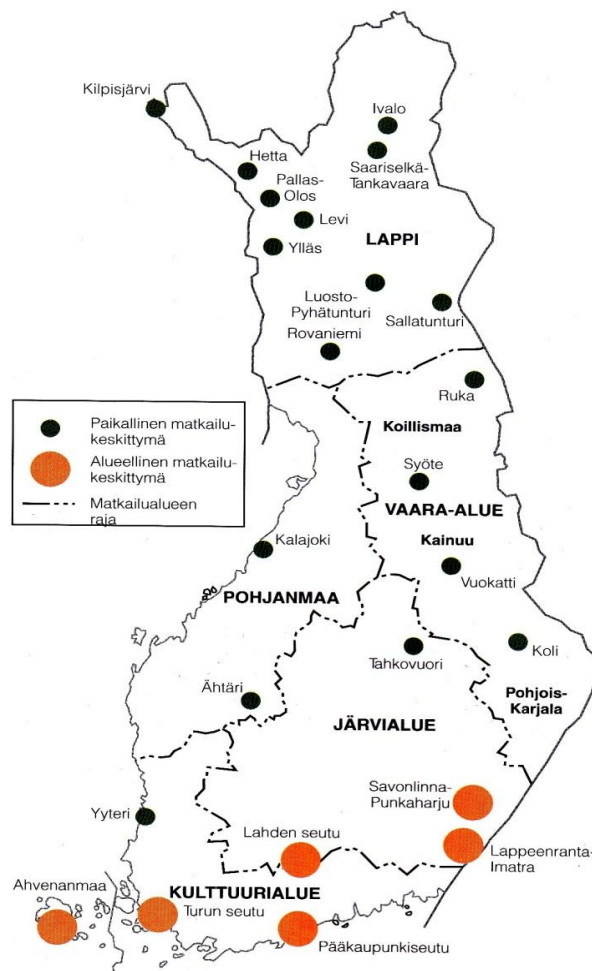
Tynin tutkimuksien perusteella voidaan päätellä, että lapsiperheille suunnattuja aktiiviteetteja ja tapahtumia voisi olla enemmän ja niille löytyisi jo valmiit markkinat. Lapsiperheiden määrän lasku talvikaudella kertoo selkeästi alueella olevan liian vähän tarjontaa kyseiselle segmentille. Jopa paikallisten mielestä ympärivuotinen tarjonta tälle kohderyhmälle olisi hyvä lisä alueen matkailulle.

3.5.1 Sijainti ja kilpailukykyisyys

Matkailun näkökulmasta Pohjois-Savon sijainti on hyvä ja tekee siitä helposti saavutettavan ympäri Suomea ja ulkomailta saapuville matkailijoille. Kuopio sijaitsee keskeisten kulkureittien varrella, kuten junarata sekä Rissalan lentokenttä. Myös vitostie kulkee Kuopion vierestä ja se on erittäin tärkeä kulkuväylä matkailun kannalta. (Pohjois-Savon Liitto, 2007.) Viitostien kautta kulkee suurin osa Pohjois-Suomeen menevästä liikenteestä sekä paljon viikonloppumatkailijoita. Tästä syystä Kuopiolla on mahdollisuus saada matkailijoita kauttakulun avulla. (Vuoristo, 1998, 98, 100.)

Perheet matkustavat usein viikonlopun aikana, koska lapsilla ei ole silloin koulua ja nykyaikana ihmiset haluavat viettää enemmän aikaa kodin ulkopuolella. Jorma Hemmi ja Kai-Veikko Vuoristo ovat määritelleet, että suurten taajamien läheisyydessä autoilijat liikkuvat jopa 200-300 kilometrin vyöhykkeellä matkaillessaan viikonloppuisin. (Hemmi & Vuoristo, 1993, 46.)

Suomi on jaoteltu viiteen eri pääalueeseen, joita ovat Lappi, Vaara-alue, Pohjanmaa, Kulttuurialue ja Järvialue, johon Pohjois-Savo kuuluu. Alueiden rajat ovat nähtävillä kuvassa (kuva 2). Järvialue on suuri alue, joka muodostuu yli viidenneksestä Suomen pinta-alasta. Siellä myös asuu yli neljännes maamme väestöstä ja alueella on paljon loma-asutusta. Jopa 41 % koko maan loma-asutuksesta sijaitsee Järvialueella. Alue on erittäin monipuolista, koska maisemat vaihtuvat vesistöistä kukkuloihin. (Vuoristo ym. 2002, 170-172.) Suomen suurimmilta asutusalueilta on lyhyt matka Järvialueelle, joka parantaa matkailijoiden houkuttelemista alueelle. Lyhyen välimatkan takia alueella on myös hyvät mahdollisuudet ympärivuotiseen matkailuun. (Vuoristo, 1998, 98, 100.)



Kuva 2. Suomen matkailun suuralueet (Vuoristo & Vesterinen, 2002, 112.)

Alueella tulee olla myös vetovoimaa, jotta matkailukohteen sijainti olisi menestyksenkäs. Vuoden 2011 maaliskuussa Taloustutkimus Oy:n tekemässä tutkimuksessa kaupunkimatkailukohteista, Kuopio sijoittui 9. sijalle keskiarvolla 8,07 (Taloustutkimus Oy, 2011a). Tutkimuksessa käsiteltiin muun muassa nähtävyyksiä, erilaisia hinta- ja

laatutasoja sekä tapahtumien riittävyttä. Vastaajia tutkimuksessa oli 4000 henkilöä joiden ikä jakautui 15–79 välillä. (Taloustutkimus Oy, 2011b.) Majoitustilastoja verrattaessa Pohjois-Savo kuuluu keskiluokkaan, joiden yöpymismäärät ovat 350 000 – 950 000 välillä. Suurimman kysynnän alueet yltyvät yli miljoonaan vuorokauteen vuodessa. Pohjois-Savo on kuitenkin saavuttamassa miljoonan rajapyykkiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010b.)

3.5.2 Kaupungin vetovoimatekijät perheille

Matkailussa vetovoimalla tarkoitetaan sitä piirrettä, joka saa asiakkaat kiinnostumaan alueesta tai yrityksestä. Voima voi olla esimerkiksi nähtävyys, alueen maisemat tai matkailutuote. Tarkemmin sanottuna kyseessä on attraktio, jonka vuoksi ihmiset saapuvat alueelle. (Hemmi & Vuoristo, 1993, 82.) Matkailijat tietävät useimmiten Kuopista kaksi nähtävyyttä: ydinkeskustassa sijaitsevan kauppatorin ja Puijon tornin. Kuopion torilla myydään paljon erilaisia paikallisia tuotteita ja sen laidalla sijaitsee myös vuonna 1902 rakennettu Kuopion Kauppahalli. Myös hallissa on tarjolla sekä kesät että talvet useiden paikallisten yrittäjien tuotteita. (Vuoristo & Vesterinen, 2002, 214.) Alueen matkailu tarjoaa paljon erilaista tekemistä ja aktiviteetteja varsinkin aikuisten makuun. Esimerkkeinä suuret tapahtumat (Viinijuhlat, ANTI – Contemporary Art Festival, Kuopio Tanssii ja Soi), näyttelyt, ohjelmapalvelut ja teatterit. Monilla tapahtumilla on vuosien, jopa kymmenien vuosien historia takana ja ne vetävät edelleen ihmisiä Kuopioon. Tällä hetkellä Kuopio on luokiteltu seitsemänneksi suosituimmaksi kaupungiksi matkailun näkökulmasta. (Go Finland 2011.) Monet tarjolla olevista palveluista eivät kuitenkaan sovi lapsille, varsinkaan nuorimmille ja tämä varmasti saa jotkut ihmiset unohtamaan Kuopion matkakohteena. Esimerkiksi ohjelmapalvelut ovat useimmiten tarkoitettu vain aikuisille tai vähintään teini-ikäisille. Myös suurin osa tapahtumista on enemmän aikuisille suunnattuja. Kuopion lähialueella sijaitseva Kiviniityn Kotieläinpuisto vetoaa luultavasti parhaiten pienten lasten vanhempiin, jotka haluavat viettää aikaa perheen kesken. Puistossa on noin 200 eläintä ja alueella voi nauttia esimerkiksi piknikistä kauniina kesäpäivänä. Kotieläinpuisto on kuitenkin avoinna vain kesäaikaan. (Kiviniitty 2011.)

Kuopion alueeseen voi tutustua koko perheen voimin myös risteilyaluksien kyydissä. Useat eri yhtiöt järjestävät risteilyjä keväästä pitkälle syksyyn. Monet yhtiöt eivät kuitenkaan tarjoa muuta tekemistä laivalle, kuin maisemien katselun ja virvokkeita sekä ruokaa. Pienille lapsille paikallaan olo ja maisemien katselu parin tunnin ajan saattaa olla hankalaa. (Visit Lakeland 2011.) Ainoastaan Roll-risteilyt ovat kehittäneet kesän ajalle tietylle lähdölle lapsille oman aktiviteettinsa, jonka aikana vanhemmat voivat

nauttia risteilystä omassa rauhassa. Aktiviteettina on aarrejahti ”Puosupoika Henkan” kanssa, joka kestää osallistujamäärästä riippuen 25 - 40 minuuttia. (Roll-risteilyt 2011.)

Talven aikana Kuopion vetovoimatekijöitä ovat erilaiset ohjelmapalveluita tarjoavat yritykset, Puijon Torni sekä alueen tapahtumat kuten Finland Ice Marathon ja Puijon kisat. Tapahtumat keskittyvät kuitenkin suurimmaksi osaksi kesäaikaan ja talvella tarjonta matkailijoille vähenee. Alueen ehkä ainoa oikeaksi nähtävyydeksi luokiteltava Puijon Torni on avoinna ympäri vuoden, mutta se vetää vierailijoita huomattavasti vähemmän talviaikaan (Puijo 2011). Kesäsesonkina toukokuun ja elokuun välisenä aikana tornilla vierailee noin 60 000 ihmistä. Talvikautena määrä laskee huomattavasti noin 20 000 vierailijaan. (Rönkkö, 2011.) Kuopio tarvitsisi jonkin ympärivuotisen kohteen, joka vetäisi uusia ihmisiä ja jokavuotisia kävijöitä alueelle tasaiseen tahtiin.

3.5.3 SWOT

Pohjois-Savon Liiton matkailustrategian perusteella Kuopion alueella ja Pohjois-Savolla yleisesti on erittäin paljon vahvuuksia matkailun alalla. Heikkouksiakin kuitenkin löytyy, kuten juuri perhematkailun saralla huono tarjonta lapsille ja perheiden yhteiselle toiminnalle. Tällä hetkellä mahdollisuudet matkailun kasvuun ovat hyvät suurien rakennusprojektien ansiosta, kuten IKEA, Rissalan lentokenttä ja torin remontti. Alla olevassa taulukossa (taulukko 1) on SWOT-analyysi Kuopion alueesta, josta näkee tarkemmin alueen positiiviset ja negatiiviset puolet.

Taulukko 1. Swot-analyysi Pohjois-Savon matkailusta (Pohjois-Savon Liitto, 2011 mukaillen.)

Strengths - vahvuudet	Weaknesses - heikkoudet
Hyvä sijainti (Järvi-Suomi) Venäjä naapurimaana Hyvä saavutettavuus (viitostie) Paljon loma-asutusta Monipuolinen luonto Vaihtuvat vuodenajat	Heikko tarjonta perheille Korkea hintataso Saavutettavuus ulkomailta Alue "tuntematon" ulkomailla Tunnettuja kärkituotteita vähän
IKEA:n tuomat asiakkaat Kotimaan matkailun kasvu Ympärivuotinen toiminta Perhematkailun kasvu Saavutettavuuden parantaminen ulkomaisille matkailijoille	Liian paljon kilpailua Samanlaiset tuotteet muihin verrattuna Matkailijoita ei saada tarpeeksi alueelle
Opportunities - mahdollisuudet	Threats - uhat

4 KUOPIOON PERUSTETTAVA PERHEMATKAILUKESKUS

Kuopion Matkailupalvelu Oy on suunnitellut Kuopion alueelle perhematkailukeskusta, jonka tarkoituksena on parantaa alueen vetovoimaa erityisesti lapsiperheiden näkökulmasta. Tämän hetken todennäköisin sijainti matkailukeskukselle on Rauhalahden alue. Kuopion matkailupalvelujohtaja Jari Piiraisen mukaan alue tunnetaan hyvin ja siinä on jo rakentamisen mahdollistava kaava valmiina. Rauhalahden alue on helposti saavutettavissa, koska se sijaitsee lähellä moottoritietä ja ensi vuonna sen läheisyyteen avataan myös IKEA. Tunnetun ruotsalaisen huonekalujätin kanssa saman katon alle sijoittuu myös kauppakeskus Ikano, jossa on paljon vapaa-ajan viettoon ja perheen elämään liittyviä ostospaikkoja. Kauppakeskuksen on arvioitu tuovan alueelle useita miljoonia kävijöitä vuodessa, joista varmasti riittää asiakaskuntaa myös uudelle matkailukeskukselle. Tarkempana lukuna on esitetty, että perhepuistolle tavoitellaan noin 10 prosenttia IKEAn kävijöistä. (Piirainen 2011, YLE Savo 2011.)

Kylpylähotelli Rauhalahdella on tällä hetkellä luultavasti eniten tarjottavaa lapsiperheille samassa paikassa. Hotellin ja leirintäalueen lisäksi palveluihin kuuluu kylpylä ja erilaisia aktiviteetteja kuten keilausta, ratsastusta ja seinäkiipeilyä. Perheen pienimmille paikan päällä ei kuitenkaan ole tarjolla tekemistä. Lähistöllä sijaitseva Hoksopoli sen sijaan tarjoaa aktiviteetteja myös pienille lapsille. Hoksopolin ideana on rannekkeen hinnalla käytettävissä oleva leikkialue, jossa on erilaisia leikkitelineitä, pomppulinna ja pelejä. Aikuisilla on mahdollisuus seurata lastensa leikkejä veloituksetta, mutta heitä varten ei ole tarjolla palveluita. (Hoksopoli 2011.) Uusi perhepuisto yhdistäisi sekä aikuisten, että lasten toiminnot ja toisi alueelle jotain kaikille perheenjäsenille.

Perhepuiston tarkempi matkailullinen määritelmä olisi matkailukeskus, jolla tarkoitetaan matkailuyritysten ja -palveluiden keskittymää. Matkailukeskukset ovat useimmiten muiden attraktioiden lähetyvillä, kuten tässä tapauksessa perhepuisto olisi Ikean ja Ikano -kauppakeskuksen läheisyydessä. Se on myös suuren kulkureitin, Viitostien, varressa. Keskusten koossa on usein eroja, jotkut voivat koostua pelkästään yhdestä matkailuyrityksestä, mutta perhepuiston tarkoituksena olisi tuoda useampia eri palveluita asiakkaiden käyttöön samaan sijaintiin. (Vuoristo & Vesterinen, 2002, 114.)

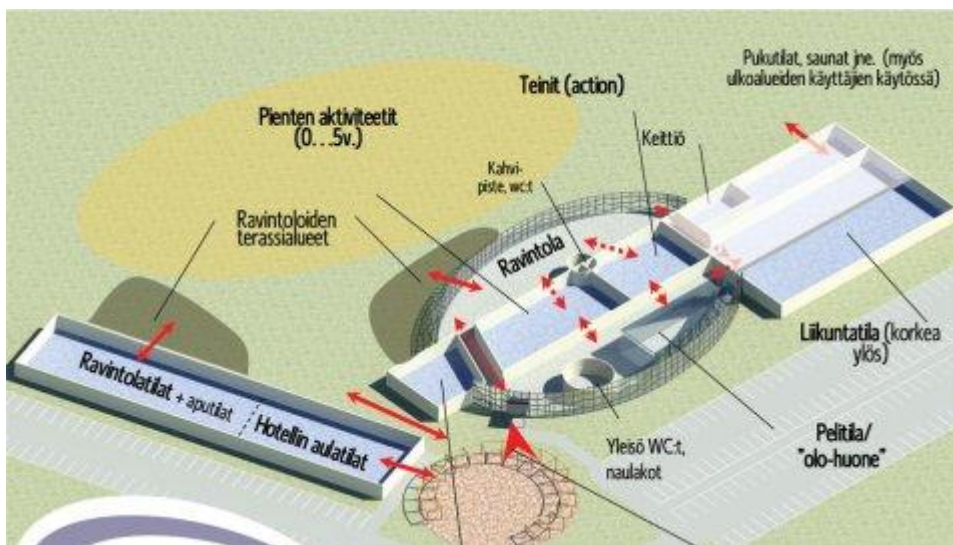
4.1 Perhematkailukeskus

Keskuksen suunnittelu on edennyt niin pitkälle, että rakentaminen olisi mahdollista aloittaa jo vuonna 2012, jos rahoitus hankkeeseen saadaan kasaan. Perhematkailukeskusta ei rahoiteta kaupungin rahoilla vaan tarkoituksena on saada mukaan ulko-

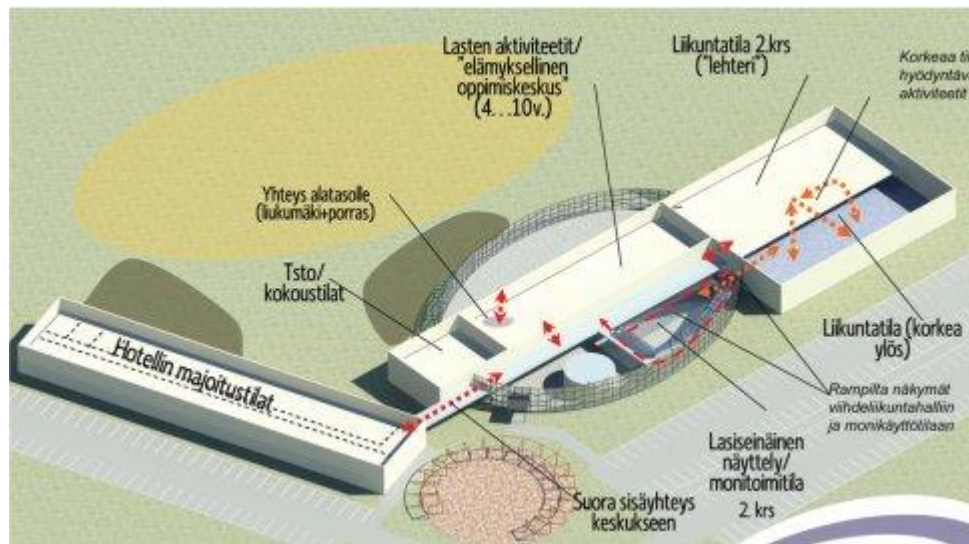
puolisia sijoittajia. Matkailukeskukselle on suunniteltu kaksi erilaista vaihtoehtoa: Moussoni ja Daika. Moussoni on painottunut viihteeseen ja liikuntaan, kun taas Daika keskittyy käsitöihin sekä kulttuuriin ja on muodoltaan kylämäinen. Vaihtoehdot ovat hyvin erilaisia teemoiltaan, mutta niiden keskeinen yhteinen idea on se, että ne eivät ole perinteisiä huvipuistoja. Huvipuistolaitteisiin investoiminen olisi liian suurta aloittavalle viihdekeskukselle, koska kustannukset nousevat useisiin kymmeniin tuhansiin per laite. Paikkakunnan matkailua on myös erittäin hankala rakentaa tämän tyyppisten kohteiden varaan. Huvipuistot kiinnostavat aikansa, mutta alkavat sen jälkeen toistaa itseään ja menettää kiinnostustaan. Poikkeuksina ovat Särkänniemi ja Linnanmäki, ne toimivat koska paikkakunnilla käy vierailijoita muutenkin paljon. (Piirainen 2011, Virtanen, 2011.)

4.1.1 Moussoni

Nimi viittaa englanninkieliseen sanaan motion = liike, joka on muutettu savolaiseen muotoon, jotta siitä saataisiin persoonallisempi. Moussoni matkailukeskus keskittyisi nimensä mukaan liikuntaan ja viihteeseen. Matkailukeskus tarjoaisi jokaiselle ikäryhmälle jotain, koska siihen kuuluisi viihdeliikuntakeskus nuorille ja aikuisille, oppimiskeskus lapsille ja puuhastelunurkka pienille lapsille. Se sisältäisi muun muassa pelikeskuksen, skeittimaailman, mikroautoradan, hohtokeilausta ja bändinurkkauksen. (Piirainen 2011, YLE Savo 2011.) Kuvissa (kuva 3 ja 4) esitetään tarkemmin, millä tavalla matkailukeskuksen suunnitelma on.



Kuva 3. Moussonin alin kerros (YLE Savo 2011.)



Kuva 4. Moussonin ylempi kerros (YLE Savo 2011.)

4.1.2 Daika

Matkailukeskus Daika on suunniteltu kylämäiseksi keskukseksi, jossa ihmiset pääsevät nauttimaan luonnosta, rentoutumaan ja kokeilemaan erilaisia kursseja. Tarjontaan kuuluisi esimerkiksi ruokaan ja kädentaitoihin liittyviä kursseja, ravintolapalveluita sekä sisä- ja ulkoaktiviteetteja. Ulkoalueelle rakennettaisiin kattava saunamaailma, maauimala sekä design-huviloita järven rannalle. Valtavalla alueella olisi varmasti tarjottavaa kaikille ikäryhmille ja eri asioista kiinnostuneille. (Piirainen 2011, YLE Savo 2011.) Kuvassa (kuva 5) on esiteltynä Daikan kylämäinen rakenne ja alueen suuri koko.



Kuva 5. Daikan havainnekuva (YLE Savo 2011)

5 TUTKIMUS MATKAILUYRITTÄJIEN KESKUUDESSA

5.1 Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät

Tämän tutkimuksen tavoitteena on saada selville Kuopion alueelle suuntautuvan perhematkailun nykytilannetta ja miten sitä on mahdollista kehittää. Työllä haluttiin saada myös uutta tietoa Kuopioon suunnitteilla olevaa perhematkailupuistoa varten. Tämän tutkimuksen rinnalla toteutettiin samanaikaisesti tutkimus ala-asteikäisten lasten keskuudessa, jonka avulla kartoitettiin mitä he haluavat matkailupuistolta.

Tutkimus on toteutettu kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Tätä tutkimusmuotoa suositaan, kun halutaan tutkia aineiston merkitystä ja laatua, numeroiden ja tilastojen sijaan. Kvalitatiivisessa tutkimuksen peruspiirteisiin kuuluvat kokonaisvaltaisen tiedon keruu, suhteellisen pienet aineistot ja tarkoituksella valittu kohdejoukko. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2009, 160-165.) Laadullisessa tutkimuksessa suositetaan erityyppisiä haastatteluita, jossa ihmisten näkemyksiä tutkitaan oikeissa tilanteissa. Työssä käytetty tutkimusmetodi oli teemahaastattelu, jossa apuna oli puoli-strukturoitu kysymyslista. Haastattelussa käytetyt kysymykset olivat avoimia ja ne olivat tietyssä järjestyksessä listalla, mutta niitä oli mahdollista yhdistellä keskustelun edetessä. Tutkimukseen valittiin avoimet kysymykset, jotta vastaukset voitiin antaa omin sanoin ja näin haastateltava pystyi paremmin osoittamaan oman mielipiteensä asiasta. Samalla oli mahdollista saada aikaiseksi vapaata keskustelua, jossa on mahdollisuus tarkentaviin kysymyksiin. Vuorovaikutuksen kautta useampaan haastattelukysymykseen oli mahdollista saada vastaus yhdellä kertaa. Haastatteluissa käytettiin apuna nauhuria, jolloin koko haastattelua ei tarvinnut kirjoittaa ja säästettiin aikaa. Varmuuden vuoksi nauhurin lisäksi tehtiin myös muistiinpanoja haastattelun pääkohdista. (Hirsjärvi ym. 2009, 205-209.)

Haastattelua verrattaessa muihin tutkimusmetodeihin, sen eduksi voidaan luokitella mahdollisuus säädellä haastattelun kulkua ja saada tarkempia tulkintoja vastauksista. Haastattelua käytetään yleisesti tutkimuskeinona, jos aihetta on aiemmin tutkittu vähän, sen tiedetään antavan monitahoisia vastauksia tai saatavia tietoja halutaan syventää. Kyseiseen tutkimukseen haastattelu valittiin, jotta vastauksia olisi mahdollisuus selventää keskustelun aikana ja esittää tarvittaessa lisäkysymyksiä. Avoimella keskustelulla oli mahdollisuus saada paljon sellaisia vastauksia, joita ei kyselylomakkeella olisi välttämättä edes huomioitu. (Hirsjärvi ym. 2009, 205-209.)

Haastatteluista purkaessa tutkimuksessa käytettiin litterointia, jolloin nauhoitettu puhe kirjoitetaan tekstimuotoon. Aineistoa kirjoitettiin aluksi kattavammin, mutta sitä rajattiin myöhemmässä vaiheessa ja näin saatiin lähempään tarkasteluun tutkimuksen kannalta tärkeät ja oleelliset kohdat. Aineistoa ei käytetty kokonaisuudessaan, koska haastattelun aikana keskustelu oli monipuolista ja toisinaan eksyi jopa aiheen ulkopuolelle. Valikoitaessa tekstejä riskinä on, että jotain tärkeää jää kirjoittamatta, mutta tässä tutkimuksessa materiaalista jätettiin huomiotta vain asiat, jotka eivät liittyneet teemoihin millään tavalla. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006b.)

Litteroinnin jälkeen aineiston käsittelyssä käytettiin apuna teemoittelua. Kyseistä aineiston käsittelyä käytetään usein teemahaastattelun analysoinnissa. Teemoittelun tarkoituksena on etsiä kirjoitetusta tekstistä saman teeman alle sopivia lauseita ja tekstin osia. Eri haastatteluista löytyi saman teeman alle sopivia kohtia, jotka sitten yhdistettiin tekstiksi. Haastatteluista poimittiin myös sitaatteja tutkimustekstiin, joiden avulla korostettiin tutkittavien mielipiteitä. Teemoittelussa käytetään apuna joko koodausta tai kvantifiointia. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006d.) Kyseisessä tutkimuksessa oli käytössä värikoodausmenetelmä. Värikoodauksella tarkoitetaan tekstikohtien merkitsemistä erilaisin värein, jotta ne voidaan erottaa toisistaan. Tutkimuksessa käytettiin eri värejä ilmaisemaan haastattelun mielipiteitä ja teemoja, joiden kautta ne oli helppo erotella ja analysoida. Jokaiselle kysymysteemalle valittiin eri väri ja niillä väreillä koodattiin haastatteluista saadut tekstit. Ongelmana värikoodaamisessa voi olla useiden värien käyttö, jolloin koodien merkitys saattaa unohtua. Tutkimuksen aikana kuitenkin merkattiin ylös mitä milläkin värillä on tarkoitettu. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006c.)

Tutkimuksen kohdejoukkona olivat matkailu- ja ravitsemusalan yritykset. Joukko valittiin tarkoituksenmukaisesti, koska haluttiin saada tietoa matkailun parissa työskenteleviltä ihmisiltä. Tutkimuksessa oli mukana kaksi ravintolaa, kaksi kahvilaa ja yksi hotelli. Tutkimukseen ei valittua tiettyä lukua, minkä verran yrityksiä tultaisiin haastattelemaan, tästä oli vain arvioita. Lukumäärä olisi riittävä, kun haastatteluista saatava aineisto alkaisi toistaa itseään. Tapahtuu niin sanottu saturaatio eli kylläntyminen, jolloin uusien haastatteluiden kautta ei saada enää uutta tietoa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006a.)

Tutkimusta tehtäessä otettiin huomioon tutkimuksen validius sekä reliaabelius, joilla tarkoitetaan pätevyyttä ja luotettavuutta. Kerätty aineisto on luotettava, koska tulokset on mahdollista toistaa jonkun toisen tutkijan toimesta, eivätkä vastaukset ole vain sattumaa. Tutkimuksen pätevyys riippuu siitä, onko tutkimuksessa saatu juuri ”oikeita” tuloksia ja onko tekijä tehnyt päätelmät oikein. Esimerkiksi kyselylomakkeen kautta saaduissa tiedoissa voi olla virheitä, koska vastaajat ovat ymmärtäneet kysymyksen väärin. Tässä työssä käytettiin aineiston keräämisessä haastattelua, jonka aikana pystyttiin tarkentamaan kysymyksiä ja näin saamaan vastauksia juuri oikeisiin teemoihin. (Hirsjärvi ym. 2009, 231-233.)

5.2 Tutkimuksen tulokset

Haastatteluihin osallistui viisi eri yritystä, joista neljän yrityksen edustajana oli nainen ja yhdellä yrityksellä mies. Haastateltavat yritykset ja henkilöt päätettiin pitää anonyymeina, jotta tutkimuksessa saataisiin mahdollisimman rehellisiä vastauksia. Otoksen ollessa näin pieni tuloksia ei voida yleistää, mutta niiden yhdenmukaisuuden vuoksi ne voidaan ajatella suuntaa antaviksi. Pyrkimyksenä olikin kerätä uutta tietoa, eikä yleistää tuloksia.

5.2.1 Matkailun painottuminen

Keskustelu haastateltavien kanssa aloitettiin kysymällä heidän mielipidettään Kuopion matkailun nykytilanteesta: minkä tyyppiseen matkailuun heidän mielestään on panostettu. Yleisesti ajateltiin että alueen matkailu keskittyy aikuisväestöön ja heille tuotettaviin palveluihin. Esimerkkeinä mainittiin tapahtumat (Kuopio Tanssii ja Soi, Viinijuhlat), teatteriesitykset, risteilyt ja museot. Kaikki nämä ovat enemmän aikuiseen makuun. Varsinkin kesäisin asiakkaiksi kosiskellaan pariskuntia ja väestön vanhetessa eläkeläisistä on tullut iso segmentti jota houkutellaan asiakkaaksi. Aikuisväestöön panostaminen näkyy myös esimerkiksi kokouspalveluiden puolella, Kuopiossa on työn vuoksi matkustaville tarjolla todella hyviä palveluita.

Myös Venäjältä saapuva matkailu nähtiin tärkeäksi ja vastaajien mukaan alueella myös keskitytään paljon venäläisiin. Kaikki vastaajat olivat yhtenäisesti sitä mieltä, että Kuopiossa ei huomioida perheitä tarpeeksi matkailun näkökulmasta. Vain yhden vastaajan mielestä alueella on keskitytty hyvin perhematkailuun, mutta hänenkin mielestään sitä voisi edelleen parantaa. Hänen mielestään Kuopion alue ja ympäryskunnat muodostavat niin ison alueen, että nykyisestä perhematkailun tasosta tulisi kas-

vaa ja parantaa palveluita. Kuopion vetovoimatekijät, kuten Puijo, tori ja satama, eivät kiinnosta nuorempaa väestöä eivätkä tarjoa mitään varsinkaan lapsille. Haastateltavat ovat itse lapsiperheiden kanssa tekemisissä työnsä kautta ja heiltä toisinaan kysytään vinkkejä Kuopion palveluista. Lapsiperheille on kuitenkin hankala neuvoa palveluita, koska niitä ei ole tarjolla kovin paljon.

5.2.2 Perheisiin vetoavat tekijät ja kiinnostuksen kasvattaminen

Kuopiossa perheisiin vetoaviksi tekijöiksi luettiin kylpylät, laskettelukeskukset, risteilyt, Hoplop, puhdas luonto, ostos- ja liikuntamahdollisuudet. Kylpylät ovat haastateltavien mielestä paikkoja, joissa koko perheellä on mahdollista nauttia yhdessäolosta ja kaikki voivat osallistua toimintaan, myös perheen pienimmät. Kylpylät ovatkin suomalaisten yksi suosituimmista matkakohteista kotimaassa. Kylpylöillä on mahdollisuus olla auki ympäri vuoden ja näin tuoda alueelle kaikkina vuoden aikoina asiakkaita. Ympärivuotisuus onkin yksi suuri ongelmatekijä Kuopion alueen matkailussa. Toimintaa on erittäin vähän ja se vaikuttaa varmasti perheiden matkustamiseen.

Risteilyt ja leikkipuisto Hoplop ovat myös palveluita, joita perheiden on hyvä hyödyntää. Ne ovat kuitenkin tuotteita, jotka eivät muutu juurikaan vuosien varrella. Muuttuvuus nähtiin todella tärkeänä asiana kehitettäessä perheille tarkoitettuja tuotteita. Kohteessa ei välttämättä vierailla kuin yhden kerran, jos tiedetään palvelun olevan sama seuraavalla kerralla. Hoploppeja löytyy myös muista kaupungeista, joten näistä kaupungeista saapuvat eivät välttämättä välitä kyseisestä palvelusta. Myös Kuopiossa ja lähialueilla asuvat ihmiset eivät välttämättä halua vierailla usein leikkipuistossa.

Kuopion kehittyminen nähdään erittäin positiivisena asiana. Kasvavat ostosmahdollisuudet sekä Ikean, että keskustan alueella tuovat haastateltavien mielestä alueelle paljon uutta asiakaskuntaa. Useimpien vastaajien mielestä varsinkin nuoret perheet ja lapsiperheet joissa on teini-ikäisiä lapsia kiinnostuvat kaupungista juuri tästä syystä. Kulttuurikaupunkina tunnettu Kuopio ei vetoa nuorempaan väestöön museoilla, teatterilla ja taidenäyttelyillään, joten alue kaipaa jotain uutta nuorempien houkuttelemiseen. Alueella tarjotaan myös paljon erilaisia liikuntamuotoja, jotka tuovat alueelle matkailijoita. Monet tulevat katsomaan urheilutapahtumia, mutta myös osallistujien kautta saadaan paljon asiakkaita. Jopa perheet tulevat yhdessä katsomaan tapahtumia, mutta osallistumisen muodossa se ei aina onnistu nuorten lasten vuoksi. Yksi haastatelluista kertoi kuulleensa paljon positiivista Tuttilandia tapahtumasta, joka järjestettiin lokakuussa Kulttuuriareena 44:ssä. Hänen mukaansa tapahtumassa on tekemistä sekä lapsille, että aikuisille ja monet olivat tapahtumasta innostuneet.

Perhematkailun parantamisesta puhuttaessa vastaajat olivat yksimielisiä siitä, että suunnittelussa tulee kuunnella sekä lapsien että aikuisten mielipiteitä. Heidän mielestään kehityksessä tulee ottaa huomioon perheen kaikki jäsenet, jotta kehitystoimenpiteet ovat varmasti toimivia ja tuovat alueelle uusia asiakkaita. Suuren perhepuiston rakentamista pelkästään lapsille suunnatuin toiminnoin nähtiin turhana, koska pienille lapsille elämyksen ei tarvitse olla mitään isoa. Heille riittää pienikin asia, joka on uusi ja arjesta poikkeava. Usein perheille suunnatut tuotteet ja palvelut on suunniteltu juuri lasten ehdoin, jolloin aikuisille ei löydy miellyttävää toimintaa. Vanhempien lasten ajateltiin olevan suuri haaste matkailun kannalta, koska heille on hankala löytää miellyttävää tekemistä.

Haastateltujen mielestä lapsiperheitä varten tulisi saada jotain uutta Kuopion alueelle, joka vetoaisi heihin. Asian pitäisi kuitenkin olla jotain aivan uutta, eikä kopioitua joltain toiselta kaupungilta. Luonnon hyödyntäminen matkailun kehittämisessä nähtiin erinomaisena ajatuksena ja mieluiten lapsiperheitä houkuteltaisiinkin ulkoilma-aktiviteettien kautta. Alueen luonto nähtiin tärkeänä ja monipuolisena, joka vetoaa varsinkin isommista kaupungeista saapuviin asiakkaisiin. Esimerkiksi pääkaupunkiseudulta saapuville paikallinen luonto on jotain erilaista. ”Luonto itsessään ei maksa mitään” oli erään haastateltavan kommentti mietittäessä luonnon käyttöä matkailussa.

Matkailun kehittämiseksi ehdotettiin myös nykyisten palveluiden parantamista. Esimerkkeinä annettiin Finland Ice Marathon, jonka ohella voisi järjestää koko perheelle luistelutapahtuman, kuten rusettiluistelua tai joku muu lapsillekin sopiva. Varkaudessa järjestettävän Vekara-Varkaus tapahtuman tapaista toivottiin myös Kuopioon. Tapahtuma kestää viikon ajan jolloin koko perheelle on tarjolla esityksiä, leikkejä ja kilpailuja. Kuopion tapahtumien nähtiin keskittyvän tällä hetkellä ainoastaan aikuisiin tai nuoriin aikuisiin ja tähän kaivattiin muutosta. Myös kesäisin liikkuvaan katujunaan toivottaisiin jotain lapsia varten, joita nähtävyydet ei välttämättä kiinnosta. Myös talvelle toivottiin jotain katujunan kaltaista. Haastatteluiden perusteella saatiin tietää, että yrityksien mielestä Kuopiossa on paljon käyttämättömiä mahdollisuuksia, joiden muokkaamisella matkailua pystyttäisiin kehittämään. Myös perhepalveluiden mainonta nähtiin tärkeäksi osa-alueeksi, jota tulisi samalla kehittää.

5.2.3 Kuopion attraktiot ja palvelut

Kuopion tämän hetkiseksi attraktioiksi miellettiin pääasiassa Puijo, keskustan tori, matkustajasatama, vanha kaupunki ja museot. Ne ovatkin asioita, joista Kuopio yleisesti tunnetaan. Yhden vastaajan mielestä Puijolla ja tornilla ”ratsastaminen” matkailussa tulisi kuitenkin jo lopettaa, koska ne ovat jo nähtyjä, eivätkä vetoa välttämättä nykyajan nuorisoon ja lapsiperheiden vanhempiin. Muidenkin vastaajien mielestä kyseiset nähtävyydet ovat enemmän vanhempien ihmisten mieleen ja lapsiperheiden kannalta tulisi panostaa esimerkiksi tapahtumiin tai muuhun matkailukohteeseen näiden sijaan. Myös luontokohteet haluttaisiin matkailijoiden tietoisuuteen ja sitä kautta alueen nähtävyydeksi. Esimerkiksi Kallaveden ja Väinölänniemen toivottiin saavan enemmän ”hehkutusta”.

Haastatteluun vastanneiden mukaan perhematkailupuistolla on mahdollisuus tulla yhdeksi asiaksi, josta Kuopio tunnetaan. Puisto tulee kuitenkin suunnitella hyvin ja tehdä siitä jotain sellaista, jota ei muualta Suomesta löydy. Perhepuiston ei kuitenkaan ajateltu voivan päästä samalle tasolle kuin esimerkiksi Särkänniemi tai Linnanmäki. Kyseisillä paikkakunnilla käy muutenkin paljon matkailijoita ja ne ovat vuosikausia olleet ihmisten suosiossa. Kuopion puiston ajateltiin voivan päästä samalle tasolle Puuhamaan kanssa.

Kaikilla haastatelluilla oli yksi yhteinen toive alueelle tarvittavasta palvelusta: lapsiparkki. Heidän mielestään matkailun kannalta olisi mainiota, jos vanhemmilla olisi mahdollisuus jättää lapsensa jonnekin valvovan silmän alle askartelemaan ja leikkimään siksi aikaa kun vanhemmat viettävät yhteistä aikaa tai nauttivat omasta ajastaan. Lapselle laitettaisiin nimilappu ja hän saisi viettää oman ikäisten kanssa aikaa vanhempien ollessa poissa. Vieraalla paikkakunnalla on melkein mahdotonta saada lapselle hoitajaa esimerkiksi ravintolakäynnin ajaksi, varsinkin jos perheessä ei ole vanhempia sisaruksia. ”Jos lähdet vaikka naisporukalla Kuopioon ja haluat mennä shoppailemaan, lapsi olisi mukava viedä jonnekin hoitoon siksi ajaksi”. Tämän tyyppinen palvelu on ollut vuosikymmeniä sitten käytössä vielä monissa isoissa kaupungeissa ja ostoskeskuksissa. Jotkut haastatelluista ihmettelivät miksi ne ovat kadonneet, koska nykyaikana niitä tarvittaisiin entistä enemmän.

Kaupunkiin kaivattaisiin palveluina jotain sellaista, jota koko perhe voisi tehdä yhdessä: tapahtumia, liikuntaa ja elämyksiä. Liikuntatarjontaan voisi lisätä niin sanottuja marginaalilajeja. Matkailijoita ajatellen Kuopion tärkeimmät lajit (jääkiekko, jalkapallo, mäkihyppy..) eivät ole sopivia, koska niitä on hankala harrastaa lomaillessa. Tarjolle

toivottiin lajeja, jotka voidaan yhdistää luontoon. Myös ravintolapalveluihin toivotaan kehitystä, etenkin ruokalistoihin. Lapsia varten on yleensä tarjolla nauravia nakkeja, lihapullia ja ranskalaisia. Nykyaikana lapset syövät monipuolista ruokavaliota ja vanhemmat haluavat tarjota lapsilleen terveellistä ravintoa. Haastatteluissa oli ihmetyksen aiheena, miksei ravintolassa voida tarjota normaalilta listalta pienempää annosta lasta varten. Ravintoloihin toivottiin myös toimintaa lapsille pallomeren tai leikkialueen muodossa.

5.2.4 Matkailun kehitys perhepuiston avulla

Kaiken ikäisille tarkoitettu perhematkailupuisto vetäisi haastateltavien mielestä alueelle uusia matkailijoita ja toisi alueella aikaisemmin vierailleita paikalle uudestaan. Puiston ollessa toiminnassa koko vuoden ympäri, perhematkailu parantuisi myös talven ajalla. Tällä hetkellä perheiden matkailu on keskittynyt ainoastaan lomakausiin, varsinkin kesän ajalle, mutta tarjontaa ollessa myös talvisin viikonloppu- ja arkipäivämatkailijoita saataisiin lähialueilta. Myös ulkomaalaisia matkailijoita pystytään houkuttelemaan alueelle puiston avulla. Ulkomaan kohteista saapuvat ovat tottuneet viihteeseen ja elämyksiin matkaillessaan ja sitä puuhapuisto voi heille tarjota. Jos puiston suunnittelussa käytetään hyväksi Suomen kaunista luontoa, saadaan siitäkin houkuttava tekijä, koska se eroaa täysin monien muiden maiden luonnosta. Luonto ei ole ainoastaan monipuolinen järvien, mäkien ja metsien vuoksi, vaan se myös muuttuu neljä kertaa vuodessa. Alueen perhematkailun kehitys vaikuttaa samalla myös aluelouteen. Muillekin matkailupalveluita tuottaville tulee uusia asiakkaita, ravintolapalveluita käytetään enemmän ja työpaikkoja saadaan lisää.

Koska perhematkailukeskukselle on tällä hetkellä kaksi erilaista suunnitelmaa, haastattelussa haluttiin tietää mitä mieltä matkailuyritykset ovat vaihtoehtoista: pitävätkö he enemmän kylämaisestä Daikasta vai viihteen ja liikunnan yhdistävästä Moussonista? Haastattelussa kahdesta vaihtoehdosta kerrottiin yleisesti, mutta ei kaikkia tarkkoja tietoja, jotta vastauksista voitaisiin saada uusia ideoita perhepuistoa varten.

Yhden vastaajan mielestä kylpyläpalvelut, erilaiset aktiviteetit ja kädentaidonkurssit olisivat mainio idea, koska niiden avulla saataisiin erilaista tekemistä monelle eri ikäryhmälle. Pienimmätkin lapset voivat nauttia maauimalan ja saunamaailman palveluista. Daika olisi jotain uutta muihin puistoihin verrattuna ja se olisi monitoiminen. Kolme vastaajista oli heti Moussonin kannalla. Heidän mielestään erilaiset kylpyläpalvelut on jo tarjolla alueella ja se aiheuttaisi vain turhaa kilpailua. Kylpylä ei välttämättä

myöskään erotu muista jo todella suosituista Suomen kylpylöistä. Erilaiset pelit ja monipuolinen liikuntavalikoima nähtiin positiivisena asiana ja ajateltiin vetoavan paremmin lapsiperheisiin. Varsinkin eri ikäryhmille suunnitellut erilaiset toiminnot olivat vastaajien mieleen. ”Liikkuminen ja käsillä tekeminen ja muutenki erilainen puuhailu olis varmasti todella kysyttyjä.”

Yksi vastaajista suosi molempia ideoita. Hänen mielestään pienten lasten näkökulmasta kylpylä olisi parempi vaihtoehto, koska silloin koko perhe voisi toimia yhdessä. Moussoni kuitenkin vetoaisi hänen mielestään enemmän varsinkin vanhempiin lapsiin ja lähes täysi-ikäisiin. Esimerkiksi skeittimaailma ja mikroautorata ovat varmasti teini-ikäisten mieleen. Tämä vastaaja toivoisikin että näistä kahdesta vaihtoehdosta tehtäisiin ”hybridi”, jossa yhdistyisi sekä kylpyläpalveluita että monipuoliset liikuntalajit.

5.2.5 Toiveet ja kehitysajatukset perhematkailupuistolle

Haastateltavien mielestä tärkein asia perhepuistoa suunniteltaessa ja Kuopion perhematkailua kehitettäessä on kaikkien perheenjäsenten huomioiminen. Näin erikäiset sisarukset saadaan viihtymään ja myös vanhempien toiveet ja tarpeet osataan ottaa huomioon. ”On äärimmäisen tärkeää kuulla käyttäjiä, jotta voidaan kehittää toimiva kokonaisuus.” Myös tarjonnan vaihtuvuus on tässä mielessä tärkeää, jotta matkailijat kiinnostuvat tulemaan paikalle uudelleen. Heillä olisi jotain uutta koettavaa seuraavalla kerralla.

Jo aikaisemmin mainittua lapsiparkkia toivottiin myös puiston yhdeksi palveluksi. Sen avulla vanhemmat voivat nauttia omasta ajastaan ja käyttää puiston palveluita rauhassa tai käydä tutustumassa muuhun Kuopion tarjontaan. Samalla pienillä lapsilla on kiinnostavaa tekemistä. Tärkein asia on että lapsesta pidetään oikeasti huolta vanhempien poissa ollessa ja että toiminnalla ei ole vain tarkoitus rahastaa. Raha ei saisi muutenkaan olla kynnyskysymys miettiessä reissua perhematkailupuistoon. Hinnan tulisi olla suhteellisen edullinen ja kohdata palvelun hyvä laatu.

Ruokapalvelut koettiin tarpeelliseksi perhepuiston palveluksi. Useimmat vastaajista olivat ravintolan kannalla, mutta yhden mielestä kahvila riittäisi ainakin alkuun. Tärkeintä on kuitenkin että perheelle annetaan puiston avaamisesta asti mahdollisuus viettää koko päivä paikan päällä. Pienten lasten kanssa välipalat ovat välttämätön osa riehakasta päivää. Ruoka tarjonnan tulisi olla terveellistä ja hyvinvointia edistävää. Myös majoitusta suositeltiin puiston yhteyteen, koska sillä saataisiin kaukaa saapuvat matkailijat kiinnostumaan. Majoitus mahdollistaisi myös pidemmän viipymi-

sen ja helpottaisi perheen toimintoja. Vaihtoehdoksi tavalliselle hotellimajoitukselle ajateltiin mökkimajoitusta.

Muita perhepuistoon toivottuja ominaisuuksia olivat luonnon läheisyys, ympärivuotinen toiminta, paikallisuuden huomioiminen ja jotain aktiviteetteja. Luontoa toivottiin hyödynnettävän puiston suunnittelussa, koska se alueen luonto on puhdasta, kaunistta ja monipuolista ja vetoaa moniin ihmisiin. Samalla luontoon voitaisiin yhdistää paikallisia elementtejä. Ympärivuotinen toiminta koetaan isoksi kehityskohteeksi, koska sellaista ei tällä hetkellä ole Kuopiossa tarjolla. Ympärivuotinen toiminta on myös yrityksen kannalta parempi ja helpompaa. Yksi aktiviteetti, jota puistoon ehdotettiin, olisi sisätiloissa toimiva minigolf-rata. Sellaista ei Kuopiossa ole ja haastateltavan mukaan sille olisi kiinnostusta. Vanhemmille toivottiin tietyn väliajoin muuttuvaa näyttelyä, jossa olisi tasokasta taidetta ja jonka parissa voisi viettää omaa aikaa. Myös kurssit ja luennot esimerkiksi ravitsemuksesta, lasten hoidosta tai muusta sellaisesta olisivat toivottuja. Luennoilla voisi käsitellä esimerkiksi sen hetken trendejä, kuten nyt karp-pausta ja sen vaikutusta lapsiin.

Puistolle suunniteltu sijainti koettiin hyväksi vaihtoehdoksi. Erään haastatellun mielestä sillä on mahdollista saada paljon venäläistä asiakaskuntaa, koska Rauhalahden alue on muutenkin tuttua Venäjältä Kuopioon matkaaville. Vitostien ja Ikean läheisyys koettiin myös hyvänä lisänä ja mahdollisuuksina lisätä asiakaskuntaa. Sijainti on kuitenkin hieman kaukana keskustan alueesta, joka on koko ajan kehittymässä ja tuomassa alueelle uusia ihmisiä. Esimerkiksi ostosmahdollisuudet kasvavat alueella jatkuvasti ja parin vuoden kuluttua ovat todella vetovoimaisia. Jotta tämä voitaisiin hyödyntää ja antaa puiston asiakkaille mahdollisuus tutustua muuhunkin ympäristöön, kulkuyhteyksien tulisi olla hyvät. Haastatteluiden kautta annettiin ideoita esimerkiksi bussikuljetuksesta keskustaan ja takaisin. Perheet eivät olisi autosta riippuvaisia, koska nykyaikana monilla nuorilla perheillä ei ole autoa käytössään. Myös junalla saapuvat matkailijat olivat tällöin huomioitu, koska heidän ei tarvitsisi matkustaa puistoon taksilla. Julkisissa kulkuvälineissä pitäisi huomioida myös hinta. Perheille toivottiin omaa perhelippua, jonka avulla he voivat matkustaa alueella halvemmalla.

6 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia Kuopion matkailuyrittäjien ja matkailupalveluntarjoajien mielipiteitä alueen perhematkailun nykytilasta ja sen mahdollisesta kehittämisestä. Työn avulla haluttiin myös kuulla ihmisten ajatuksia ja ideoita Kuopioon suunnitellusta perhematkailupuistosta. Tällä tavalla puistoa voidaan kehittää paikallisten haluamalla tavalla. Alueen perhematkailun tutkiminen ja kehittäminen kiinnostaa minua edelleen aiheena, koska sitä on tutkittu alueella hyvin vähän. Opinnäytetyön aiheen valinnassa minulle olikin tärkeää, että tutkimuksen kautta voitaisiin saada jotain uutta tietoa ja sitä voitaisiin hyödyntää konkreettisesti. Halusin työn aiheen olevan työelämälähtöinen ja saavani sille toimeksiantajan.

Työn tekemisestä teki haastavaa teoria-aineiston rajallisuus. Lähteitä oli todella hankala löytää ja huomasin että usein perhematkailu liitetään huvi- ja virkistysmatkailuun. Toisinaan teoria-aineiston lukeminen oli niin sanottua rivien välistä lukemista. Teoriaosasta tuli laajempi kuin mitä aluksi osasin odottaa, sillä se sisältää niin monia eri matkailuun liittyviä osia. Esimerkiksi matkailun vaikutus aluetalouteen tuli mukaan vasta loppuvaiheessa, löydettyäni lähteitä, joissa asiasta kerrottiin.

Myös tutkimusaineiston kerääminen oli haasteellista, koska haastatteluita oli todella hankala saada. Otin yhteyttä todella moniin eri yrityksiin, mutta valitettavasti heillä ei ollut joko aikaa tai eivät halunneet osallistua tutkimukseen. Olin suunnitellut haastattelevani myös jotain alueen ohjelmapalveluyritystä, mutta suurin osa ei ollut lainkaan kiinnostunut. Tavoitteenani oli alun perin saada työni valmiiksi ja valmistua joulukuussa 2011, mutta ajan vähyyden ja haastatteluiden puuttumisen vuoksi aikatauluni venyi. Olin suunnitellut tekeväni suurimman osan aineiston keruusta kesän aikana, mutta töiden vuoksi se ei ollutkaan mahdollista. Välillä työn tekeminen pysähtyi lannistumisen vuoksi, koska useiden haastattelupyyntöjen jälkeenkään en saanut vastauksia.

Tutkimuksen tuloksena voidaan sanoa, että alue kaipaa jotain uutta tarjottavaa perheille ja vastaajien mielestä perheisiin on hyvä panostaa matkailussa. Tällä hetkellä Kuopion matkailu keskittyy suurimmaksi osaksi aikuisväestöön, esimerkiksi pariskuntiin, eläkeläisiin sekä työmatkailijoihin. Tärkeimpänä asiana nähtiin perheiden yhdessä oleminen ja palvelut, jotka sopisivat kaikille perheen ikäryhmille. Perheenjäsenille toivottiin kuitenkin myös mahdollisuutta omaan toimintaan. Eri-ikäryhmät kaipaavat elämäänsä erilaisia asioita. Pienet lapset oppivat uusia asioita elämästä ja kaipaavat virikkeitä, mutta samalla myös turvallisuutta. Teini-ikäinen haluaa enemmän vastuuta ja aikuismaisempaa toimintaa. Lapsiperheille on oma elinkaarensa, jonka mukaan ne valitsevat toimintonsa. Nämä vaiheet tulee ottaa huomioon suunniteltaessa perheille

toimintoja. Myös vanhempien toiveet kannattaa ottaa huomioon, vaikka lapset vaikuttavatkin eniten matkakohteen valintaan. Haastateltavat ehdottivat esimerkiksi lapsiparkkeja, jossa pienemmät lapset voivat leikkiä valvotuissa olosuhteissa, jolloin vanhemmat saavat omaa aikaa.

Tämän opinnäytetyön rinnalla tehtiin tutkimus myös lasten parissa, jonka avulla myös lasten ideoita saatiin esiin. Näin perhematkailupuiston ja alueen matkailun kehittämiseen saadaan näkökulmaa sekä aikuisilta, että lapsilta. Vaikka perhematkailupuiston ei ajateltukaan yltävän samalle tasolle Linnanmäen ja Särkänniemen kanssa, verrattiin sitä esimerkiksi Puuhamaahan, joka tuo alueelle paljon uusia matkailijoita vuosittain. Kuopion palvelut paranevat parin vuoden sisällä paljon (toriremontti, uudet ostospalvelut), joten perhematkailukeskuksen rakentaminen tulisi sopivaan aikaan.

7 LÄHTEET

Kirjallisuuslähteet:

Aho, S., Honkanen, A. & Saarinen, J. 2001, Matkailuelämykset tutkimuskohteina. Rovaniemi, Lapin Yliopistopaino.

Gee, C. Y., Makens, J. C. & Choy, D. J. L. 1997, The travel industry, third edition, Yhdysvallat: Van Nostrand Reinhold

Hemmi, J. 1993, Oppikirja kotimaan matkailusta. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Hemmi, J. & Vuoristo, K-V. 1993, Matkailu. Porvoo: Werner Södeström Osakeyhtiö.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009, Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Hokkanen, T. 2000, Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Oy Edita Ab.

Prideaux, B. 2009, Resort Destinations: Evolution, management and development. Elsevier Ltd.

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2007, Consumer behaviour in tourism, second edition. Unkari: Butterworth-Heinemann publications.

Tyni, M. 2008, Kuopion ja Pohjois-Savon matkailututkimus. Kuopio, Savonia- ammatikorkeakoulu, Savonia Business.

Vuoristo, K-V. 1998, Matkailun muodot. Porvoo: Werner Södeström Osakeyhtiö.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2002, Lumen ja Suomen maa. Porvoo: Werner Södeström Osakeyhtiö.

WWW-dokumentit:

Butler, R. 2006, The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications

[verkkodokumentti] [viitattu 15.11.2011] Saatavissa:

http://books.google.fi/books?id=XHTxrqn9sMC&pg=PA92&lpg=PA92&dq=richard+butler+1980&source=bl&ots=zX9CI9uTW3&sig=bV4cMjJtnHXQZs7uuX8Yqf6Qt4&hl=fi&ei=eZ_cTsr2CuKg4gS6zLmGDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CD0Q6AEwAw#v=twopage&q&f=true

Carrier, R., 2010, Take the family [verkkosivusto] [viitattu 2.11.2011] Saatavissa:

<http://www.takethefamily.com/where/finland-family-holidays-and-breaks>

Esko, M. 2004. Suomen evankelis-luterilainen kirkko. [verkkodokumentti] [viitattu 30.10.2011] Saatavissa:

<http://213.250.93.194/asiakas/evl/ktuutiset.nsf/45a7bb2db5c79b9ac2256c9e005786b4/fb46e6af3fe424adc2256e0d00383881?OpenDocument>

Go Finland, 2011 [verkkosivusto] [viitattu 30.10.2011] Saatavissa:

<http://www.gofinland.fi/fi/Kohteet/Ita-Suomi/Kuopio.iw3>

Hoksopoli, 2011 [verkkosivusto] [viitattu 12.10.2011] Saatavissa:

<http://www.hoplop.fi/puistot/kuopio>

Kiviniitty, 2011 [verkkosivusto] [viitattu 13.9.2011] Saatavissa:

<http://www.kiviniitty.fi/>

Matkailun Edistämiskeskus, 2002, Suomen perhematkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille ulkomaille vuoteen 2006

[verkkodokumentti] [viitattu 21.11.2011] Saatavissa:

[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/d5b4732835e8554dc225735b0032a935/\\$FILE/A121Perhematkailu2002.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/d5b4732835e8554dc225735b0032a935/$FILE/A121Perhematkailu2002.pdf)

Muraja, A. 2008, Helsingin Kaupunginkirjasto [verkkosivusto][viitattu 11.10.2011]

Saatavissa: http://www.lib.hel.fi/fi-FI/lastensivut/kirvion_kiikarissa/huvipuistot/

Pohjois-Savon Liitto, 2007, Matkailustrategia 2007-2013 [verkkodokumentti] [viitattu 2.10.2011]. Saatavissa:
http://www.pohjois-savo.fi/fi/psl/tietopalvelu/julkaisut/Matkailustrategia_2007_2013_180607.pdf

Pohjois-Savon Liitto, 2011, Uutiskirje [verkkosivusto] [viitattu 2.10.2011] Saatavissa:
<http://www.pohjois-savo.fi/uutiskirje/2011/mkh240111.php>

Puijo, 2011 [verkkosivusto] [viitattu 27.10.2011] Saatavissa:
<http://www.puijo.com/fi/etusivu/>

Puuhamaa, 2011 [verkkosivusto] [viitattu 12.10.2011] Saatavissa:
<http://www.puuhamaa.fi/kartta/>

Rahkola, N., 2009, MTV3 [verkkosivusto] [viitattu 30.10.2011] Saatavissa:
<http://www.mtv3.fi/uutiset/kotimaa.shtml/2009/04/857686/taantuma-vauhdittaa-kotimaan-matkailua>

Raijas, A. & Wilska, T-A. 2007, Huolenpitoa ja jakamista – rahan ja ajan jakautuminen suomalaisissa lapsiperheissä. Kuluttajatutkimuskeskus.
[verkkodokumentti] [viitattu 8.12.2011] Saatavissa:
http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5115/2007_104_tyoseloste_huolenpito.pdf

Rauhalahti, 2011 [verkkosivusto] [viitattu 12.10.2011] Saatavissa:
<http://www.rauhalahti.fi/fi/rauhalahti-etusivu>

Roll-risteilyt, 2011 [verkkosivusto] [viitattu 25.10.2011] Saatavissa:
http://www.roll.fi/fi/puosupoika_henkan_seikkailut/

Rönkkö, J., 2011, Kuopion kaupunki [verkkosivusto] [viitattu 27.10.2011]. Saatavissa:
http://www.kuopio.fi/vetovoimaisuus/-/asset_publisher/uU5O/content/id/415962

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006a. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. [verkkodokumentti] [viitattu 22.11.2011] Saatavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2_2.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006b. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. [verkkodokumentti] [viitattu 22.11.2011] Saatavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_1.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006c. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. [verkkodokumentti] [viitattu 22.11.2011] Saatavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_2_2.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006d. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. [verkkodokumentti] [viitattu 22.11.2011] Saatavissa:
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html

CBS News, 2010 [verkkosivusto] [viitattu 8.12.2010] Saatavissa:
<http://www.cbsnews.com/stories/2010/04/15/world/main6397745.shtml>

Suomen virallinen tilasto (SVT), 2006: Perhe, Helsinki: Tilastokeskus
[verkkosivusto] [viitattu: 14.9.2011]. Saatavissa:
<http://www.stat.fi/meta/kas/perhe.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT) 2010: Perheet, Helsinki: Tilastokeskus
[verkkosivusto] [viitattu: 14.9.2011]. Saatavissa:
http://www.stat.fi/til/perh/2010/perh_2010_2011-05-27_tie_001_fi.html

Taloustutkimus Oy, 2011a [verkkosivusto] [viitattu 12.10.2011] Saatavissa:
http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiset_ja_artikkelit/?x1541726=2276128

Taloustutkimus Oy, 2011b [verkkosivusto] [viitattu 12.10.2011] Saatavissa:
http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/yhteiskunta-ja-julkinen-sektori/valmiita_julkisen_kuntasektorin/kaupungit_matkailukohteina/

Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010a, Suomen matkailustrategia 2020
[verkkodokumentti] [viitattu 25.9.2011] Saatavissa:
http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö, 2010b, Matkailun yleisosa [verkkodokumentti]
[viitattu 25.9.2011] Saatavissa:
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1185/matkailu_yleisosa_web.pdf

Viljanen, S., 2011, Meidän perhe [verkkosivusto] [viitattu 21.11.2011] Saatavissa: http://www.meidanperhe.fi/artikkeli/matkat/630/miten_teinin_saa_mukaan_reissuun_

Virtanen, H. 2011, Savon Sanomat [verkkosivusto] [viitattu 17.9.2011] Saatavissa: <http://www.savonsanomat.fi/mielipide/artikkelit/houkutin-suunnitteilla/633952>

Visit Lakeland, Paikallisristeilyt kesällä 2011, [verkkodokumentti] [viitattu 25.10.2011] Saatavissa: <http://visitlakeland.fi/aktiviteetit/kesa/paikallisristeilyt-2/>

Vuoristo, K-V. 2002, Regional and structural patterns of tourism in Finland [verkkodokumentti] [viitattu 1.11.2011] Saatavissa: <http://ojs.tsv.fi/index.php/fennia/article/view/3782/3573>

YLE Savo, 2011, artikkeli, "Mittava perhematkailukeskus Kuopion Rauhalahteen" [verkkosivusto] [viitattu 30.10.2011] Saatavissa: http://yle.fi/alueet/savo/2011/05/mittava_perhematkailukeskus_kuopion_rauhalahteen_2630294.html

Haastattelu:

Piirainen, J. (2011) Kuopion Matkailupalvelu Oy:n toimitusjohtaja. Henkilökohtainen haastattelu 13.6.2011

Kuopion Matkailupalvelu Oy on suunnitellut Kuopion alueelle perhematkailupuiston rakentamista. Puiston tarkoituksena on parantaa yleisesti alueelle suuntautuvaa matkailua, mutta varsinkin perheiden kiinnostusta kohteeseen. Tutkimukseni avulla halutaan saada tietoa alueen matkailuyrittäjiltä, esimerkiksi kokevatko he perhematkailun kasvun ja perhepuiston rakentamisen tarpeelliseksi ja mitä ideoita heillä on hanketta koskien.

Minkä tyyppiseen matkailuun Kuopiossa ja Pohjois-Savon alueella mielestänne yleisesti panostetaan?

Mitkä tekijät Kuopion matkailussa tällä hetkellä mielestänne vetoavat perheisiin?

Miten perheiden kiinnostusta Kuopion/Pohjois-Savon matkailua kohtaan saataisiin lisättyä?

Tarvitseeko Kuopio mielestänne lisää nähtävyyksiä parantaakseen perhematkailua? Minkälaisia nähtävyyksiä?

Mitä muita perheille tarkoitettuja palveluita ja tarjontaa alue kaipaisi?

Miten perhepuiston rakentaminen parantaisi mielestänne alueen matkailua yleisesti?

Tulisiko perhepuiston keskittyä enemmän peleihin ja liikuntaan vai kylpyläpalveluihin, aktiviteetteihin ja kursseihin?

Onko teillä kehittämisajatuksia tai toiveita perhepuiston suhteen?

